



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Analýza cestovního ruchu města Olomouce

Tourism Analysis of the Olomouc City

Student:  
Vedoucí bakalářské práce:

Martina Huráňová  
Ing. Jarmil Adamec, Ph.D.

Ostrava 2013

VŠB - Technická univerzita Ostrava  
Ekonomická fakulta  
Katedra managementu

## Zadání bakalářské práce

Student: **Martina Huráňová**  
Studijní program: B6208 Ekonomika a management  
Studijní obor: 6501R006 Ekonomika cestovního ruchu  
Specializace: 02 Ekonomika cestovního ruchu  
Téma: **Analýza cestovního ruchu města Olomouce**  
**Tourism Analysis of the Olomouc City**

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
  2. Metodika zpracování a cíle práce
  3. Vymezení základních pojmů cestovního ruchu
  4. Zhodnocení turistického potenciálu města Olomouce
  5. Návrhy možného rozvoje zkoumané destinace
  6. Závěr
- Seznam použité literatury  
Seznam zkratk  
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce  
Seznam příloh  
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:


JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-3247-3.  
PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.  
RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

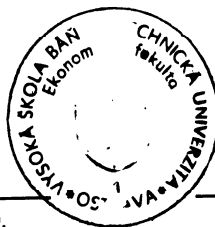
Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Jarmil Adamec**

Datum zadání: 23.11.2012

Datum odevzdání: 10.05.2013

  
Ing. Petra Horváthová, Ph.D.  
vedoucí katedry

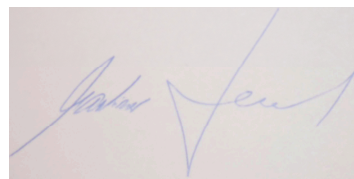


  
prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová  
děkanka fakulty

### **Prohlášení**

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou práci *Analýza cestovního ruchu města Olomouce* vypracovala samostatně pod vedením Ing. Jarmila Adamce Ph.D., a uvedla v ní všechny použité literární a jiné odborné zdroje.

Ve Uherském Hradišti dne 1.5.2013



.....  
vlastnoruční podpis autora

## **Poděkování**

Touto cestou bych ráda poděkovala Ing. Jarmilu Adamcovi za odborné vedení, cenné rady a připomínky, které přispěly k vypracování této bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat své rodině a příteli za podporu po celou dobu mého studia.

## OBSAH

<b>1</b>	<b>ÚVOD .....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>METODIKA ZPRACOVÁNÍ A CÍLE PRÁCE.....</b>	<b>8</b>
2.1	METODIKA ZPRACOVÁNÍ .....	8
2.2	CÍLE BAKALÁŘSKÉ PRÁCE .....	8
<b>3</b>	<b>VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ CESTOVNÍHO RUCHU .....</b>	<b>10</b>
3.1	CESTOVNÍ RUCH .....	10
3.1.1	Definice cestovního ruchu.....	11
3.1.2	Význam cestovního ruchu .....	11
3.1.3	Základní pojmy cestovního ruchu .....	12
3.1.4	Typy cestovního ruchu .....	14
3.1.5	Vývojové trendy cestovního ruchu .....	16
3.1.6	Ekonomický význam cestovního ruchu .....	18
<b>4</b>	<b>ZHODNOCENÍ TURISTICKÉHO POTENCIÁLU MĚSTA OLOMOUC .....</b>	<b>20</b>
4.1	PŘEDSTAVENÍ MĚSTA OLOMOUC .....	20
4.1.1	Profil města .....	20
4.1.2	Historie města.....	21
4.1.3	Dopravní dostupnost města .....	23
4.1.4	Parkování ve městě .....	24
4.1.5	Městská hromadná doprava.....	25
4.1.6	Ubytovací zařízení ve městě .....	25
4.1.7	Olomouc Region Card.....	26
4.2	ANALÝZA NABÍDKY VE MĚSTĚ OLOMOUCI.....	28
4.2.1	Přírodní památky .....	28
4.2.2	Kulturní a historické památky .....	32
4.2.3	Významné akce v Olomouci .....	40
4.2.4	Další zajímavosti ve městě.....	48
4.2.5	Kongresová turistika .....	50
4.2.6	Univerzita Palackého v Olomouci .....	51
4.2.7	Sport ve městě .....	52
4.2.8	Nakupování ve městě .....	53
<b>5</b>	<b>NÁVRHY MOŽNÉHO ROZVOJE ZKOUMANÉ DESTINACE .....</b>	<b>54</b>
5.1	PŘÍRODNÍ A ANTROPOGENNÍ PODMÍNKY .....	54
5.1.1	Silné stránky .....	54
5.1.2	Slabé stránky .....	55
5.1.3	Příležitosti .....	55
5.1.4	Ohrožení .....	56
5.2	POPTÁVKA CESTOVNÍHO RUCHU.....	56
5.2.1	Silní stránky .....	56
5.2.2	Slabé stránky .....	56
5.2.3	Příležitosti .....	56
5.2.4	Ohrožení .....	57

5.3	ORGANIZACE A INFRASTRUKTURA CESTOVNÍHO RUCHU .....	57
5.3.1	Silné stránky .....	57
5.3.2	Slabé stránky .....	57
5.3.3	Příležitosti .....	58
5.3.4	Ohrožení .....	58
5.4	DOPORUČENÍ .....	59
<b>6</b>	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>61</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>63</b>
	<b>PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE</b>	
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ</b>	
	<b>SEZNAM TABULEK</b>	
	<b>SEZNAM GRAFŮ</b>	

# 1 ÚVOD

Cestovní ruch je v dnešní době vnímán jako jedno z nejvíce růstových odvětví lidské činnosti. Cestovní ruch vždy byl a vždy bude důležitým prvkem v lidském životě, jelikož lidé neustále chtějí poznávat nové krajiny, nepoznané kultury a neobyčejné lidi, se kterými se jinde nesetkají. A právě cestovní ruch lidem vše toto dokáže zprostředkovat. Cestovní ruch je také důležitým faktorem světové ekonomiky. Jednak cestovní ruch poskytuje obrovskému množství lidí práci a kladně se tak podílí na poklesu nezaměstnanosti po celém světě a jednak cestovní ruch podněcuje jednotlivé regiony k rozvoji, ať už infrastruktury či nových podnikatelských záměrů, které jsou zaměřeny právě na to, jak přilákat do regionu turisty. V některých zemích na světě je cestovní ruch dokonce nejvýznamnějším odvětvím, které se podílí na růstu ekonomiky dané země.

V současné době se rozvíjí nejrůznější nové druhy cestovního ruchu, které přispívají k tomu, že lidé začínají využívat možnosti cestovního ruchu jak pro vlastní zábavu, tak i pro pracovní využití, např. kongresová turistika. Mezi další nové zajímavé druhy cestovního ruchu, které v minulosti nebyly tolik využívány, patří třeba navštěvování exotických zemí, které jsou spjaty s poznáním neobvyklých kultur a obyvatel. Velký zájem turistů je v současné době také o poznávání historie vlastních i cizích zemí.

Cestovní ruch patří tedy nepochybně k důležitým článkům lidské společnosti a neustále je nucen se vyvíjet podle přání lidí, jež jsou stále více a více náročnější na to, kam pojedou, co tam zažijí a jak se tam budou cítit. Firmy, které pracují v oblasti cestovního ruchu, tak neustále musí pružně reagovat na novou poptávku a musí svou nabídku těmto požadavkům přizpůsobovat.

Téma bakalářské práce Analýza cestovního ruchu ve městě Olomouc bylo vybráno především z důvodu velkého potenciálu města Olomouc v oblasti cestovního ruchu. Olomouc, díky výhodné poloze a velké nabídce cestovního ruchu, má potenciál stát se do budoucna ještě významnějším centrem cestovního ruchu na Moravě, než je tomu doposud.



## 2 METODIKA ZPRACOVÁNÍ A CÍLE PRÁCE

V rámci této kapitoly budou popsány jednotlivé metody, které jsou v práci využívány, a také nastíněny hlavní cíle bakalářské práce.

### 2.1 Metodika zpracování

Při zpracovávání této bakalářské práce byly používány především metody, které určitým způsobem sjednocují a vyhodnocují sekundární informace. Hlavní metodou byla analýza. Analýza znamená systematický rozbor něčeho zprvu pro nás nesrozumitelného s cílem najít detaily a podrobnosti, které nám pomůžou objasnit daný problém.

Další významnou metodou, která byla při práci použita, je opak analýzy, *syntéza*. Syntézou je obecně myšlen proces spojování dvou nebo více částí do jednoho celku. Metoda sloužila především pro spojování informací na jedno téma dohromady, aby informace byla ucelená a správná. Podobnou metodou je *metoda komparativní*. V této metodě se jedná o srovnávání jednotlivých názorů na danou problematiku, stanovisek a postojů, které při psaní bakalářské práce pomáhají vytvořit si správný pohled na daný problém či téma.

Poslední metodou, která byla v bakalářské práci použita, je SWOT analýza. Pomocí této všeobecně známé metody je možné identifikovat silné a slabé stránky, také příležitosti a hrozby pro danou zkoumanou oblast. Díky tomu je možné komplexně vyhodnotit zkoumanou oblast, nalézt problémy či nějaké nové možnosti růstu, které nám mohou být jinak skryté.

### 2.2 Cíle bakalářské práce

Hlavním cílem bakalářské práce je základní vymezení cestovního ruchu a popsání vývojových trendů cestovního ruchu. Dalším z cílů je zhodnocení situace města Olomouc ze všech možných hledisek cestovního ruchu, jako jsou přírodní a historické podmínky města, analyzovat nabídku turistických cílů, které již jsou v současnosti významným prvkem v cestovním ruchu města, a také popsat další možné turistické cíle, které se do budoucna mohou stát oblíbeným cílem turistů. Dále jsou také popisovány nejvýznamnější akce, které jsou na území města Olomouc pořádány a přiblížit, jak přispívají městu k jeho rozvoji. Dílčím cílem práce je pomocí SWOT analýzy popsat a navrhnout možná řešení, pro ty stránky v oblasti cestovního ruchu, které na jednu stranu přispívají k většímu zájmu

turistů o město jako jejich turistický cíl, na druhou stranu tyto turisty různými způsoby odrazují od návštěvy města. Pomocí této metody budou ukázány oblasti rozvoje města, na které je zapomínáno a které mohou přispět k úpadku města Olomouc či právě při větším zájmu o tuto oblast k daleko většímu rozvoji.

### **3 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ CESTOVNÍHO RUCHU**

#### **3.1 Cestovní ruch**

Cestovní ruch patří již mezi neodmyslitelnou část dnešní moderní společnosti. Díky fenoménu cestovního ruchu se každoročně vydává do pohybu na celém světě obrovské množství lidí. Každý člověk má jinou motivaci, proč cestuje ve svém volném čase, i když tyto motivace by se mohly shrnout do několika základních, jako je cestování za účelem odpočinku, poznání nových věcí, nových lidí a kultur a také za účelem setkávání se s ostatními lidmi.

Hlavním důvodem proč lidé mění místa pobytu, a tím vytváří cestovní ruch, je především záměrná změna prostředí, jež umožňuje člověku uspokojit některé z jeho potřeb, jako jsou třeba potřeby odpočinku, pohybu, poznání, kulturních zážitků a další potřeby, pro jejichž uspokojení neposkytuje místo běžného bydliště dostatek možností a příležitostí nebo neumožňuje dostatečnou kvalitu jejich uspokojení. Účast na cestovním ruchu se tak stává výrazem jednání člověka, ve kterém se odrážejí jak jeho potřeby, zájmy, cíle, tak i podmínky pro jejich realizaci. Účast na cestovním ruchu se stala v poválečném období jedním z měřítek životní úrovně obyvatelstva prakticky pro všechny vrstvy ve vyspělých zemích [3].

Cestovní ruch se stále výrazněji stává složkou spotřeby lidí a také stále důležitějším prvkem ekonomiky jako takové. Aby bylo možné vůbec cestovní ruch realizovat, je zapotřebí zabezpečit širokou škálu nejrůznějších ekonomických činností. Jak již bylo řečeno, tak cestovní ruch probíhá mimo trvalé bydliště, tzn., že se musí lidé do místa cestovního ruchu nějak přepravit, musí někde bydlet, někde se stravovat, musí jim někdo připravit podmínky pro jejich pobyt a volný čas. Tím pádem se cestovní ruch stává velmi důležitou součástí nejrůznějších podnikatelských příležitostí a také podnětem pro rozvoj regionálních celků i ekonomiky celého světa.

Dnes je právem cestovní ruch označován za turistický průmysl, který tvoří nesmírně široký komplex činností a podílí se na něm celá řada subjektů. Celý tento komplex má za cíl jedno: umožnit, organizovat a zpříjemnit lidem cestování.

Cestovní ruch je mnohostranným odvětvím, které zahrnuje dopravu, turistická zařízení poskytující ubytování a stravování, služby cestovních kancelářích a agentur, průvodcovské služby, turistické informační systémy a další infrastrukturu či služby cestovního ruchu [7].

### **3.1.1 Definice cestovního ruchu**

V průběhu času se mnoho autorů snažilo definovat cestovní ruch co možná nejkompaktněji. Níže uvedené definice jsou důkazem toho, že je velice obtížné definovat tento složitý jev, jakým cestovní ruch bezesporu je, s plným vystižením jeho mnohostrannosti a mnohooborovosti [5].

Definice cestovního ruchu podle Světové organizace cestovního ruchu [7] zní: „Cestovní ruch je činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest (osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa).“

Naopak definice podle Hunzíkera a Krapfa [12] uvádí, že cestovní ruch je souhrnné označení vztahů a jevů, vznikajících na základě cesty a pobytu místně cizích osob, pokud se pobytem nesleduje usídlení a pokud s ním není spojena žádná výdělečná činnost.

Pokud se budeme snažit shrnout podstatu jednotlivých definic cestovního ruchu v průběhu času, je možno jej uvést ve třech základních rysech [6]:

- 1) Dočasnost změny místa stálého bydliště
- 2) Nevýdělečný charakter cesty a pobytu
- 3) Vztahy mezi lidmi, jež cestovní ruch vyvolává.

### **3.1.2 Význam cestovního ruchu**

Cestovní ruch tvoří významnou složku celé světové ekonomiky i hospodářství jednotlivých států, kdy v některých oblastech planety tvoří cestovní ruch hlavní zdroj příjmů obyvatel. V poslední době se stal cestovní ruch běžnou součástí životního stylu mnoha lidí, zejména pak ve vyspělejších zemích. Cestovní ruch je velkým zdrojem přínosů, ale na druhé straně jsou s cestovním ruchem spojena rizika a negativa. Cestovní ruch tedy pro každou lokalitu znamená jednak příležitost, ale zároveň i ohrožení.

### ***Přínosy cestovního ruchu***

- 1) **ekonomické přínosy**, mezi které patří např. tvorba nových pracovních příležitostí, obnova stávajícího bytového fondu-celkově tak cestovní ruch zvyšuje konkurenceschopnost, posiluje hospodářsky slabá a postižená území
- 2) **sociální přínosy**, zde patří zejména zlepšení úrovně veřejných služeb, oživení folklóru – umožňuje tedy zvýšit kvalitu života a životní úroveň v místě cestovního ruchu
- 3) **environmentální přínosy**, např. zvýšení kvality životního prostředí – cestovní ruch zabezpečuje stabilitu životního prostředí.

### ***Rizika cestovního ruchu***

- 1) **škody na životním prostředí** – zejména překročení únosné míry návštěvnosti, které má za následek nejružnější devastace původního prostředí
- 2) **socio-kulturní změny** – zde patří především změny životního stylu místních obyvatel a tudíž ohrožení jejich původního způsobu života

## **3.1.3 Základní pojmy cestovního ruchu**

### ***Účastník***

Subjektem cestovního ruchu je účastník cestovního ruchu, který může být definován jako osoba, jež pobývá dočasně mimo místo svého běžného pobytu, kdy tento účastník nemá motivaci pro cestu výdělečnou činnost v tom daném městě.

Struktura účastníků:

- **Návštěvník** – je z pohledu cestovního ruchu člověk, který koná cestu do dané oblasti a danou oblast navštíví během dne. To znamená, že v dané oblasti ani jednou nepřespí. Cesta má pro něj mít účel např. poznávací či sportovní.
- **Turista** – jedná se o osobu, která pobývá nejméně 24 hodin a nejvýše jeden rok mimo svůj obvyklý domov. Turista nesmí v navštívené oblasti mít výdělečnou činnost a nakonec se musí vrátit do svého původního místa pobytu.

## ***Destinace***

Dalším klíčovým pojmem v cestovním ruchu je cílové místo, které je často nazýváno destinace cestovního ruchu. Destinace představuje nabídku s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu vybírá pro svou návštěvu.

Destinace často bývají charakterizovány pomocí tří ukazatelů:

- **Atraktivita**
- **Vybavenost materiálně-technickým zařízením**
- **Dopravní dostupnost**

Optimální skloubení všech tří ukazatelů dohromady ukazují, jak bude daná destinace pro účastníky cestovního ruchu vyhledávaná a celkově jak bude úspěšná.

## ***Turistické regiony***

Česká republika se z pohledu cestovního ruchu dělí na turistické regiony. Ty jsou definovány jako území, pro něž je typický určitý druh cestovního ruchu, který jednotlivé prvky dané oblasti spojuje a sjednocuje, ale zároveň i odlišuje od ostatních regionů. Hlavní myšlenkou vzniku turistických regionů je možnost ucelené prezentace té které oblasti, a to nejen ve vztahu k zahraničí.



Obrázek č. 3.1 Turistické regiony v ČR [vlastní zpracování]

Výsledkem jednání v regionech v letech 1998 – 1999 bylo území České republiky rozčleněno na 15 turistických regionů. Tyto regiony se mohou dále členit na turistické oblasti, které tvoří nižší územní celky. Turistické regiony ani oblasti pak většinou neodpovídají územně správnímu členění státu.

Město Olomouc je součástí turistického regionu Střední Morava, kde patří mezi nejvýznamnější centra turistického ruchu

### ***Turistický potenciál***

Neméně důležitým pojmem v cestovním ruchu je turistický potenciál regionu. Tento pojem ukazuje, které prvky jsou v regionu důležité a jak tyto prvky ovlivňují úspěšnost působit na účastníka, že navštíví právě tento region při své návštěvě.

Mezi základní faktory turistického potenciálu regionu patří především [17]:

- **Selektivní faktory** – mezi tyto faktory patří zejména to, kdo a jak často se bude cestovního ruchu účastnit. Tyto faktory dokládají způsobilost společnosti účastnit se cestovního ruchu. Tyto faktory jsou např. politické faktory, dosažená životní úroveň, životní prostředí či demografická struktura.
- **Lokalizační faktory** – tyto faktory rozhodují o konkrétní lokalizaci, o funkčním využití konkrétní oblasti cestovním ruchem z hlediska možností nebo z hlediska charakteru a kvalit společenských podmínek a atraktivit. Dělíme je na dvě skupiny, přírodní a společenské. Mezi přírodní patří zejména klima, hydrologické poměry, reliéf či fauna a flóra. Mezi společenské faktory patří zejména stálé objekty (hrady, zámky, divadla) nebo jednorázové akce (festivaly či koncerty).
- **Realizační faktory** – tyto faktory mají dominující postavení pro konečnou fázi uskutečnění cestovního ruchu. Umožňují danou oblast dosáhnout dopravními prostředky či využít ubytovací a stravovací zařízení regionu.

### **3.1.4 Typy cestovního ruchu**

Rozdělení cestovního ruchu na jednotlivé druhy nám umožňuje blíže charakterizovat účastníka cestovního ruchu z hlediska především toho, co ho vůbec motivuje k účasti na

cestovním ruchu, charakterizovat způsob realizace cestovního ruchu i účinky, které samotný cestovní ruch přináší pro celou společnost i jednotlivce.

Nejčastějším dělením cestovního ruchu je dle převažující motivace účasti. Podle tohoto kritéria je cestovní ruch členěn na [4]:

- **Rekreační cestovní ruch** – je realizován ve vybraném rekreačním prostředí, které je vnímáno jako prostředí pro obnovu fyzických i duševních sil člověka, tento typ využívají lidé tehdy, pokud si chtějí odpočinout či relaxovat
- **Kulturně poznávací cestovní ruch** – je zaměřený na poznávání historie, kultury, tradic a zvyků, lidé jej vyhledávají především kvůli jeho vzdělávací funkci a pro jeho schopnost obohatit člověka o nové a zajímavé informace
- **Cestovní ruch s náboženskou orientací** – je často označován jako poutní turistika, kdy hlavním motivem je návštěva poutních a posvátných míst, popř. náboženské akce spojené s oslavou nějakého náboženského svátku
- **Cestovní ruch se vzdělávacími motivy** – jelikož každá část cestovního ruchu v sobě zahrnuje určitý vzdělávací aspekt, tento typ je přímo zaměřen na vzdělávání, patří sem např. pobytový zájezd s výukou jazyků, poznávací zájezdy do historických či vědeckých center, kde je především odborný program vedený odborníky
- **Cestovní ruch se společenskými motivy** – je orientovaný na společenské styky a komunikaci mezi lidmi, patří sem třeba návštěvy přátel, návštěvy společenských akcí apod.
- **Zdravotně orientovaný cestovní ruch** – zaměřený na prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci i léčení následků nemocí převážně v rámci pobytu v lázních a jiných zařízeních zaměřených na zdravotní prostředí
- **Sportovně orientovaný cestovní ruch** – zde patří pobyty se sportovní náplní, zaměřené na udržování a posilování zdraví, můžeme zařadit horskou turistiku, cykloturistiku, lyžařské pobyty v horách a jiné sportovní pobyty
- **Cestovní ruch na poznání přírodního prostředí** – zaměřený na poznávání přírody a života v ní, lidé využívají především návštěvu přírodních rezervací,



národních parků a v poslední době také ekoturistika, která se vyznačuje tím, že lidé se chovají k životnímu prostředí tak, aby jej nenarušovali

- **Cestovní ruch s dobrodružnými motivy** – je takový cestovní ruch, u kterého lidé vyhledávají nebezpečí a intenzivní zážitky, jako jsou lovecké výpravy, extrémní sporty, sjezdy divokých řek a jiné
- **Cestovní ruch s profesními motivy** – je spojen s profesní činností a probíhá především v pracovním čase účastníků, patří sem především služební cesty a účasti na konferencích a seminářích
- **Specifický cestovní ruch** – sem patří všechny ostatní typy cestovního ruchu, jako je třeba nákupní cestovní ruch, představovaný cestami za výhodnými nákupy, anebo také politický cestovní ruch, kam patří cesty diplomatů.

### 3.1.5 Vývojové trendy cestovního ruchu

Cestovní ruch jakožto důležitý prvek ekonomiky podléhá vývoji v čase. Určitě cestovní ruch vypadal na počátku 20. století jinak než na konci 20. století a určitě bude vypadat jinak zase za 60 let. K samotnému vývoji cestovního ruchu přispívá mnoho důležitých faktorů, které více či méně odpovídají vývoji lidské společnosti, lidské techniky i lidského myšlení.

Mezi nejdůležitější faktory ovlivňující cestovní ruch patří lidská touha **cestovat, poznávat a objevovat nové věci**. Bez tohoto faktoru by žádný cestovní ruch nikdy neexistoval a ani by se nijak nemohl vyvíjet. V minulosti cestování sloužilo pouze k nutnému přesunu z místa na místo, ale vývojem lidského myšlení začali lidé zjišťovat, že jinde mohou vidět zajímavé a krásné věci, které ve svém bydlišti nevidí a které by bez cestování nikdy neviděli.

V dnešním světě lidé chtějí během života poznat co nejvíce pro ně zajímavých míst, zakusit neopakovatelné zážitky, na které nikdy nezapomenou, a poznat obyvatele vzdálených míst s jiným myšlením a jinou kulturou. Cestovní ruch se tak více stal prostředkem k uspokojování lidských potřeb a tužeb [10]. Samozřejmě, že dnes existuje i tzn. nezbytně nutný cestovní ruch, kam patří cestování za jednáními, obchody apod. Ale i tento cestovní ruch je většinou spojen s určitým objevováním a poznáváním neznámého.

Tudíž cestovní ruch dnes umí spojit povinnosti s příjemnostmi a propojit tak dva rozdílné konce cestovního ruchu [11].

Evropská komise cestovního ruchu koncem roku 2003 identifikovala základní trendy ve vývoji cestovního ruchu v Evropě a také důsledky, které z nich vyplývají. Základní trendy jsou popsány v deseti bodech (podle agentury CzechTourism [17]).

- **Demografie** – během několika let dojde k výraznému nárůstu osob ve vyšším věku, přičemž senioři budou mnohem zdravější a budou disponovat vyššími příjmy, než tomu bylo v minulosti. Díky tomuto faktu poroste poptávka zkušenějších turistů – seniorů mnohem rychleji, bude to obecně zaměřená poptávka po cestovním ruchu.
- **Zdraví** – uvědomování si významu zdraví bude v budoucnosti neustále narůstat. Tento faktor nebude sice ovlivňovat objem poptávky, bude ale zcela určitě ovlivňovat rozhodovací proces ve vztahu k destinaci a chování během pobytu v zahraničí.
- **Vnímavost a vzdělávání** – v budoucnu bude neustále narůstat průměrná úroveň vzdělanosti. Výsledkem tohoto trendu bude hrát při plánování dovolené rostoucí role umění, kultury a historie, včetně rostoucího významu výchovných a duchovních hodnot.
- **Volný čas** – moderní společnost bude klást stále větší tlak na běžný život člověka a tak stimulovat jeho poptávku po volném čase a relaxaci. Na druhou stranu bude mít tento trend opačný vliv na volné disponibilní příjmy vzhledem k rostoucímu počtu dnů placené dovolené.
- **Zkušenosti s cestováním** – bude stálá více zkušenějších spotřebitelů, kteří si budou chtít zajišťovat cesty sami podle svých potřeb a bude kladen větší důraz na kvalitu a na poměr kvality a ceny.
- **Životní styl** – životní styly se budou ve společnosti postupně měnit, což ovlivní pohled turistů na jejich osobní potřeby a chování. Lidé začnou cestovat na „módní“ místa, která budou něčím zajímavá a atraktivní.
- **Informační technologie** – obecně rozšiřování informačních technologií, především internetu a jejich využívání nejen k získávání informací, ale i k nákupu různých

turistických produktů a služeb bude i nadále narůstat. V cestovním ruchu poroste neustále i význam vizuálních prezentací.

- **Doprava** – lepší dostupnost rychlostních vlaků a nízkonákladových přepraveců ovlivní klasické způsoby cestování. Silniční doprava bude stát před problémem přesycení a nahromadění a budou se hledat právě alternativní způsoby dopravy, které by alespoň trochu silniční dopravě ulehčily.
- **Udržitelný rozvoj** – lidé si stále budou více uvědomovat význam ekologie a kvality životního prostředí. V cestovním ruchu to způsobí zvýšenou poptávku po těch destinacích, ve kterých bude hrát významnější roli příroda.
- **Jistota a bezpečí** – kritické situace, jako jsou teroristické útoky, regionální války, znečištěné prostředí, se stanou běžnou součástí denního života a ovlivní tak nedílnou měrou zvýšenou potřebu jistoty a bezpečí.

Cestovní ruch se tak bude jako všechny obory lidské činnosti postupně měnit. Není možno říci, jestli ten vývoj bude opravdu směřovat k „čistému“ cestovnímu ruchu, který žádným způsobem nebude porušovat prostředí, obyvatele i jejich obyčeje, ale vše tomu nasvědčuje.

### 3.1.6 Ekonomický význam cestovního ruchu

Cestovní ruch patří od druhé poloviny dvacátého století mezi jedno z nejrychleji se rozvíjejících hospodářských odvětví na světě. Svou ekonomickou vahou se cestovní ruch v současnosti rovná někdy dokonce převyšuje obchod s ropou či automobilový průmysl. Řadí se tak mezi tři nejvýznamnější segmenty světové ekonomiky a pro mnoho rozvojových zemí je zcela klíčový [9].

Podle odhadů Světové organizace turismu [13] se odvětví cestovního ruchu v roce 2010 podílelo na tvorbě hrubého domácího produktu 3,2 %. Srovnatelný údaj je charakteristický i pro Českou republiku, kde objem produktu souvisejícího s cestovním ruchem činil asi 123 mld. Kč (2,9 %). Cestovnímu ruchu se často přisuzuje mnohem větší význam, a to díky jeho nepřímým vlivům na další ekonomická odvětví. Pokud se tato vlastnost číselně promítne, podíl cestovního ruchu na celosvětovém HDP dosahuje 9,4 %. V České republice se tento podíl pohybuje kolem 11 %.

Z výše uvedených čísel můžeme opravdu soudit, že cestovní ruch se významnou měrou podílí na ekonomice jednotlivých zemi. Není proto divu, že i samotné vlády se snaží různými prostředky přispět k rozvoji cestovního ruchu v zemi. Určité názory soudí [1], že vliv na ekonomiku bude mít cestovní ruch stále větší díky tomu, jak lidé budou bohatnout a budou chtít poznat nové a nové věci a zážitky. Stále ve větší míře budou lidé prahnout po luxusních dovolených na neobvyklých místech světa. Tato neobvyklá a zajímavá místa si jsou toho dobře vědoma a vycházejí právě těmto lidem maximálně vstříc, kdy upravují svou krajinu do takové podoby, aby byla pro turisty zajímavější a přitažlivější.

## **4 ZHODNOCENÍ TURISTICKÉHO POTENCIÁLU MĚSTA OLOMOUC**

### **4.1 Představení města Olomouc**

V této kapitole bude podrobně popsáno město Olomouc. Budou analyzovány téměř všechny faktory, které ovlivňují to, že město navštěvují a budou navštěvovat turisté. Budou podány základní informace o městě jako takovém, včetně historie města, ubytovacích kapacit ve městě, dopravní dostupnosti a mnoho dalších.

#### **4.1.1 Profil města**

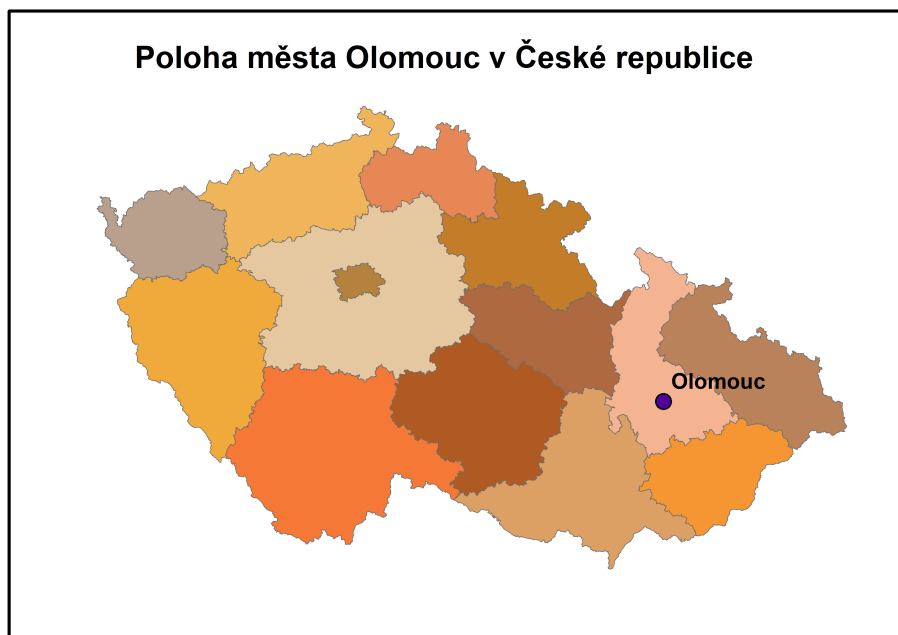
Olomouc je statutární a univerzitní město, je krajským městem Olomouckého kraje, metropole Hané a historická metropole celé Moravy. Díky své bohaté historii, starobylé univerzitě, kulturním a řemeslným tradicím, ale také především díky své výhodné poloze v centru Moravy byla Olomouc vždy atraktivním místem pro turisty, obchodníky i pro podnikatelské subjekty. Díky všem těmto faktorům má město výrazný potenciál růstu jak v oblasti cestovního ruchu, tak i v podnikatelských činnostech navazující právě na cestovní ruch [16].

Město samo o sobě má rozlohu přibližně 10 336 ha. Žije v něm k 31. 12. 2012 zhruba 100 tisíc obyvatel a jedná se tak o šesté největší město v České republice podle počtu obyvatel. Úzká aglomerace města s nejbližším okolím dosahuje přibližně 110 tisíc obyvatel, naopak velký územní celek aglomerace má 480 tisíc obyvatel [22]. Vývoj počtu obyvatel se v průběhu času značně měnil. Přibližně do roku 1980 počet obyvatel značně přibýval, do roku 1990 rostl již nepatrně a od toho roku do současnosti můžeme pozorovat lehký úbytek počtu obyvatel na současných 100 tisíc [23].

Hlavní příčinou celkového úbytku obyvatel ve městě je migrace, tzn. stěhování lidí pryč z města, ať už na venkov či za prací do jiného města. Populace města, tak jak tomu je i v celé naší republice, stárne. Za posledních 12 let se průměrný věk zvýšil o 4 roky [22].

Město Olomouc leží ve východní části České republiky a je největším městem ležícím na řece Moravě. Rozkládá se v Hornomoravském úvalu v nivě řeky Moravy při soutoku s Bystřicí zleva ve východní části města a Mlýnským potokem zprava v jižní části města. Obklopeno je úrodnou krajinou Hané. Charakter města je rovinný, na západě a hlavně na

východě výrazně ohraničen vyšším georeliéfem, který tak uzavírá město do protáhlé sníženiny otevřené ve směru severozápad – jihovýchod [26].



Obrázek č. 4.1 Poloha města Olomouc v České republice [vlastní zpracování]

I podnebí je značně mírné, což je pro turisty určitě výhodou, jelikož mohou navštěvovat město ve všech ročních obdobích. Léto je zde většinou nadprůměrně teplé s průměrným úhrnem srážek, a naopak zimy nejsou příliš studené [22].

#### 4.1.2 Historie města

První zmínky o Olomouci se datují k roku 1017, kdy byla Morava připojena k českému přemyslovskému státu. Za vlády knížete Břetislava byl na místě starého hradiska vybudován nový hrad s rozlehlým předhradím, na němž stál také nejstarší známý olomoucký kostel sv. Petra, dnes už bohužel neexistující. Roku 1063 bylo v Olomouci knížetem Vratislavem obnoveno biskupství a o patnáct let později v roce 1078 založil kníže Ota Sličný nejslavnější olomoucký klášter Hradisko. Roku 1126 se stal biskupem Jindřich Zdík, z jehož vůle bylo sídlo biskupství přemístěno z kostela sv. Petra do chrámu sv. Václava [24].

V roce 1182 byla celá Morava sjednocena jako markrabství a Přemyslovský hrad ztratil svoji dominantní úlohu správního centra, postupně zanikl a na jeho místě bylo budováno

kapitulní děkanství. Na počátku 13. století zemřel také poslední z linie olomouckých knížat, a vládcem Olomouce, jakož i celé Moravy byl jmenován markrabě, vždy některý ze synů současného českého krále. Napříč těmto zdánlivě nepříznivým okolnostem nastal v Olomouci prudký rozvoj hospodářství a kultury. Rozvoj města směřoval zejména na západ, směrem k městským tržištím, dnešnímu Hornímu a Dolnímu náměstí. V polovině 13. století bylo město obehnané hradbami a prohlášeno za oficiálně založené [8].

Rok 1306 přinesl lehký rozruch, kdy se v Olomouci při tažení do Polska zastavil na návštěvě Václav III., poslední český král z rodu Přemyslovců, který byl zde zavražděn. Po jeho zavraždění nastoupili Lucemburkové a s nimi přišel další významný rozvoj města. Olomouc, jako křižovatka cest, se stala největším centrem obchodu na Moravě. Město, kterému obchod přinášel nemalé zisky, čilý ruch na tržišti samozřejmě podporovalo a co víc, získalo různá královská privilegia, mezi nimiž bylo i právo vybudovat další tržnici. Zároveň s rozvojem obchodu přišel také obrovský rozvoj stavební, zejména v oblasti církevních staveb. Z této doby pochází např. chrám sv. Kateřiny a chrám sv. Michala. Roku 1378 potom udělil markrabě pod nátlakem olomouckých obyvatel povolení ke stavbě radnice [24].

Po husitských válkách se město dlouho vzpamatovalo, jelikož v tomto období mnoho významných obchodních cest se Olomouci, ale i celé Moravě začaly z důvodu obav z husitského hnutí vyhýbat. Tohoto vzpamatování se využila Olomouc k vybudování slavného orloje, dostavbě gotického chrámu sv. Mořice a přípravám na pozvolný příchod renesance. V průběhu 16. století došlo opět k rozmachu kultury, na Horním náměstí rostly honosné paláce bohatých měšťanů, vesměs v renesančním slohu. V roce 1566 do Olomouce přišli jezuité, kteří byli pozváni za účelem provádění rekatolizace. Založili zde kolej a gymnázium, které bylo během relativně krátké doby roku 1573 povýšeno na univerzitu.

V roce 1642, během třicetileté války, padla Olomouc po krátkém obléhání do rukou Švédům. Ti zde potom zůstali dlouhých osm let a po jejich odchodu bylo město Olomouc z velké části zničeno, z původních cca. 30 tisíc obyvatel zůstaly ve městě pouhé 2 tisíce. Zemské úřady, které byly z Olomouce dočasně přestěhovány do Brna, se již nevrátily, a statut hlavního města Moravy tudíž získalo Brno.

Během počátku 18.století řádil ve městě mor a také značné požáry, které zničily část města. To mělo za následek výstavbu nových staveb. Kromě nových domů vznikl také soubor nádherných barokních kašen s antickými motivy a hned dva morové sloupy, Mariánský a Nejsvětější Trojice [24]. Roku 1740 obsadil Olomouc na dva roky pruský král Bedřich a po této zkušenosti byla Olomouc nadále stavebně rozvíjena s ohledem na další možné napadení.

V průběhu 19. století neměla Olomouc příliš dobré podmínky pro obrovský rozmach průmyslu, zejména díky pevnému sevření města hradbami. Roku 1830 byla dokončena budova divadla na Horním náměstí a roku 1841 přijel do Olomouce první vlak. V této době obývalo město přibližně 15 tisíc obyvatel, dvě třetiny z nich hovořily německy. V polovině 19. století začali Olomoučtí postupně hradby likvidovat, aby se mohlo dále rozvíjet [23].

Po vzniku samostatného Československa získalo v Olomouci české obyvatelstvo většinu, která se ještě zvýraznila po připojení okolních měst, dnešních periferních čtvrtí. Podle sčítání lidu žilo v Olomouci roku 1920 celých 60 tisíc lidí, z toho dvě třetiny Čechů. Dvě války udusily rozvoj průmyslu, druhá světová navíc přinesla ničení stavebních i kulturních pamětihodností. V poválečném období dal zničenému orloji novou podobu umělec Svolinský a na okrajích města se začaly budovat dnešní sídliště a průmyslové zóny.

#### **4.1.3 Dopravní dostupnost města**

Doprava a dopravní dostupnost jsou pro turistický ruch velice důležité. Část turistů si vybírá za cíl své právě to místo, které je pro ně jednoduše a rychle dostupné. Z tohoto hlediska je Olomouc výborně připravena nabídnout turistům všechny možnosti jak se do města mohou dostat [27].

Olomouc je dopravním uzlem regionu Severní Morava. Je snadno dostupná autem, vlakem i autobusem. Olomouc leží na důležitých mezinárodních silničních tazích E462 propojujícím Polsko, východ České republiky a Rakousko a E442 propojujícím Německo, Českou republiku a Slovensko [28]. Také je důležité spojení města Olomouc s metropolí Praha po dálnici D1 a také po dálnici D2 do metropole Bratislava.

Bohužel Olomouc nedisponuje letištěm, které by přijímalo dopravní letadla či dnes tak oblíbené nízkonákladové lety. V Olomouci sice 3,8km od středu města leží veřejné mezinárodní letiště, avšak s omezenými parametry, které nedovolují přijímat větší letadla a



je zaměřené pouze na menší letouny, kluzáky, vrtulníky a ultralehká letadla [12]. Nejbližší letiště, která jsou určena pro přijímání dopravních letadel, jsou v Brně (75km) a Ostravě (90km). Díky existujícím možnostem rychlé přepravy na tato letiště (dálnice, železnice), již tento nedostatek v cestovním ruchu není tak důležitý.

Olomouc je také důležitým železničním uzlem. Do Olomouce je možné docestovat ze všech větších českých měst několika spoji denně. I díky neustálému zrychlování železniční dopravy u nás a také díky zvyšování konkurence dopravců na železnici a zvyšování kvality cestování vlakem, se železnice stává více oblíbeným dopravním prostředkem a i město Olomouc těží stále více ze své výhodné polohy na železniční mapě. Důležité je i to, že budova železničního nádraží není příliš vzdálená od centra města a lidé se pohodlně dostanou z nádraží do centra díky MHD či pěšky.

I autobusové spojení má Olomouc výborné, a to jak na území České republiky, tak i do zahraničí. Autobusové nádraží je poměrně blízko nádraží vlakového, takže lidé mohou bez problému kombinovat autobusovou dopravu s dopravou železniční [22].

#### **4.1.4 Parkování ve městě**

Jelikož centrum Olomouce je historické, je poměrně velkým problémem pro turisty zaparkovat právě blízko centra bezplatně. V okolí samotného centra se nachází pouze placené zóny pro parkování, které jsou však časově omezené a při delší návštěvě turistů se jim díky parkování může cena pobytu značně prodražit [20]. Problémem jsou i nepříliš velké plochy pro parkování. Tudíž se často stává při nějaké větší akci, že lidé musí často parkovat na okraji města a dále se dopravovat do centra za pomoci MHD či pěšky. V nejbližší době sice vzrostou v blízkosti centra dvě budovy určené pro parkování, budova Namiro, ve které však budou parkovat lidé z přilehlých kancelářských budov (počet parkovacích míst má být až kolem 300), a také Galerie Šantovka, kde naopak budou parkovat návštěvníci tohoto nákupního centra (parkoviště má sloužit více než 1000 parkujícím řidičům). Takže pro návštěvníky, kteří navštíví samotné město, se více či méně nic nezmění. Město Olomouc sice uvažuje, že nějaký parkovací dům v centru postaví, ale již dlouhou dobu nemůže najít vhodný pozemek pro tuto důležitou stavbu pro rozvoj cestovního ruchu ve městě [20].

#### 4.1.5 Městská hromadná doprava

Městská hromadná doprava v Olomouci je realizován přes Integrovaný dopravní systém Olomoucka (IDOS), který byl uveden do provozu začátkem roku 1997. V Olomouci je tvořen IDOS ze 38 km dlouhých tramvajových sítí, na kterých je provozováno 5 tramvajových linek a 287 km dlouhých autobusových sítí, na kterých jezdí 23 autobusových linek [13]. Městská hromadná doprava ročně přepraví okolo 58 miliónů osob, což je poměrně vysoký počet a je zřejmé, že hromadná doprava je ve městě hojně využívána.

	Tramvaje	Autobusy
Počet tratí (km)	38 km	287 km
Počet linek	5 + 1 ve výstavbě	23

Tabulka č. 4.1 Zhodnocení parametrů hromadné dopravy v Olomouci

Tramvajová doprava ve městě je poměrně dlouho provozovaná. Již roku 1898 byla vystavěna první jednokolejná tramvajová trať, dlouhá celkově 5,335 km. Během prvních 40 let 20. století probíhaly neustálé úpravy a prodlužování celkové délky tratí [28]. Největší rozmach tramvajové dopravy probíhal na přelomu 50.let, kdy se stávající tratě rozšířily a začaly na nich jezdit modernější typy tramvají. Posledním důležitým bodem bylo otevření nové tratě v roce 1997, kdy se zkompletovala současná podoba tramvajových sítí.

V současnosti se začalo s výstavbou nové tramvajové trati Tržnice-Nové Sady. Touto tratí by mělo být dokončeno spojení celého města pomocí tramvajové sítě.

#### 4.1.6 Ubytovací zařízení ve městě

Kvalita a úroveň ubytování je pro turisty, kteří přijíždějí na návštěvu města, důležitým faktorem. Olomouc dokáže uspokojit náročné i méně náročné turisty. V Olomouci je 5 čtyřhvězdičkových hotelů, které uspokojí především náročné turisty z řad cizinců navštěvujících Olomouc. Dále v Olomouci najdeme 10 tří a dvou hvězdičkových hotelů, které dle výzkumu většinou využijí turisté domácí, kteří přijíždějí do Olomouce na více než 2 noci. 15 ubytovacích zařízení ve městě jsou penziony a mohou sloužit právě méně náročným turistům a dlouhodobě ubytovaným ve městě [25].

Je vidět, že kvalita ubytování ve městě je rovnoměrně rozdělena mezi různě kvalitní hotely. Dle studie, kterou si nechalo udělat město, bylo zjištěno, že při větších akcích je kapacita ubytovacích zařízení ve městě nedostačující a turisté často musí využívat ubytovací zařízení, která jsou vzdálenější od města a musí poté do centra dojíždět, což nemusí být někdy pohodlné a celý pobyt to komplikuje.

	Počet ubytovacích zařízení	Počet lůžek
<b>2001</b>	32	2 089
<b>2002</b>	36	2 402
<b>2003</b>	34	2 201
<b>2004</b>	30	2 091
<b>2005</b>	34	2 946
<b>2006</b>	33	2 073
<b>2007</b>	38	2 136
<b>2008</b>	39	2 734
<b>2009</b>	37	2 035
<b>2010</b>	37	3 082
<b>2011</b>	36	3 078

Tabulka č. 4.2 Počet ubytovacích zařízení ve městě [18]

Dle tabulky výše je vidět, že počet ubytovacích zařízení ve městě je poměrně stabilní. Je ustálený přibližně na počtu 36 zařízení, kdy se mění pouze v jednotkách. Počet lůžek však během roku 2010 razantně stoupl, z 2000 na 3000. Bylo to díky dokončenému luxusnímu hotelu z celosvětově rozšířené sítě známých hotelů NH hotels.

#### 4.1.7 Olomouc Region Card

Olomouc Region Card je služba, kterou může turista využít, pokud přijede navštívit Olomoucký kraj. Jedná se o turistickou kartu, která opravňuje turistu navštívit v Olomouci, Střední Moravě a v Jeseníkách 78 nejzajímavějších míst a také umožňuje čerpat slevy na dalších 101 místech [21].

Tuto kartu vymyslelo zastupitelstvo Olomouckého kraje, aby zvýšilo atraktivitu této oblasti a přitáhlo tak více turistů, kteří zde stráví delší čas. Tento vskutku zajímavý projekt

po úvodu, kdy se nevědělo, jak uspěje, je v současné době hojně využíván turisty a určitě prospívá tomu účelu, pro který byl vymyšlen [21].

Celý systém funguje tak, že turista si koupí kartu, kterou si může vybrat buď na 48 hodin nebo na 5 dní a může navštívit vybrané turistické cíle zdarma, popřípadě jiné za zvýhodněnou cenu. V rámci karty může turista využívat také veškerou městskou hromadnou dopravu v kraji zcela zdarma. Ke kartě navíc každý dostane podrobného průvodce také zdarma a může si tak vše podstatné o kraji a turistických možnostech najít a vyhledat.

Ceny jednotlivých karet jsou na 48 hodin 180 Kč a na 5 dní 360 Kč [21]. Existuje také karta pro děti do 15 let, kdy cena těchto karet je oproti dospělým poloviční. Cena není opravdu příliš vysoká a turista má k dispozici velké množství slev, ať už na vstupy do různých památek, dalších zařízení (např. aqvapark), nebo také slevy na ubytování ve vybraných hotelích a ubytovnách po celém kraji. Kartu si turista může koupit také po celém kraji, kdy počet prodejních míst je hodně široký.

Pro samotné město Olomouc je karta určitě velkým přínosem, jelikož turista, který přijíždí do města s kartou, může využít téměř ve všech ubytovacích zařízeních slevu, která se většinou pohybuje kolem 15% a také může využít bezplatné vstupy do památek a dalších zařízení, která jsou zapojena do projektu. Radnice města tudíž hojně využívá kartu k prezentaci jakožto výhody, proč by měl turista navštívit Olomouc a Olomoucký kraj. Od spuštění projektu se prodej karet každoročně zvyšuje. V následující tabulce je možno vidět, že každým rokem je počet prodaných karet o něco větší a projekt je velmi dobře nastartován, aby ještě více dokázal přitáhnout do regionu turisty.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Počet prodejů	1066	1513	3170	3819	4174	4289	4432	4791

Tabulka č. 4.3 Počet prodejů Olomouc region card v letech

## 4.2 Analýza nabídky ve městě Olomouci

Město Olomouc dokáže nabídnout téměř všechny možné druhy cestovního ruchu. Díky své dlouhé a zajímavé historii je lákavým cílem pro milovníky historických památek, kterých je ve městě opravdu velké množství. Radnice a nejrůznější organizace se snaží, aby především historické jádro města, které **je druhou nejvýznamnější městskou památkovou rezervací v České republice**, bylo zachováno v co nejvíce původní podobě i pro další generace.

Radnice se také snaží přilákat do města každoročně množství atraktivních kulturních a společenských akcí, které jsou lákavou příležitostí pro turisty z nejbližšího okolí, ale i z celé země či ze zahraničí. Olomouc dokáže nabídnout možnosti trávení volného času i těm, kteří mají rádi přírodu a zeleň kolem sebe a nemusí jezdit někam daleko z města.

Olomouc je tak díky své atraktivní poloze a pestrosti zajímavých cílů opravdu velmi vyhledávaným místem pro turisty nejrůznějších zájmů a všech věků. V této kapitole budou vyjmenovány nejvyhledávanější a nejznámější turistické cíle města Olomouc.

### 4.2.1 Přírodní památky

#### *Parky*

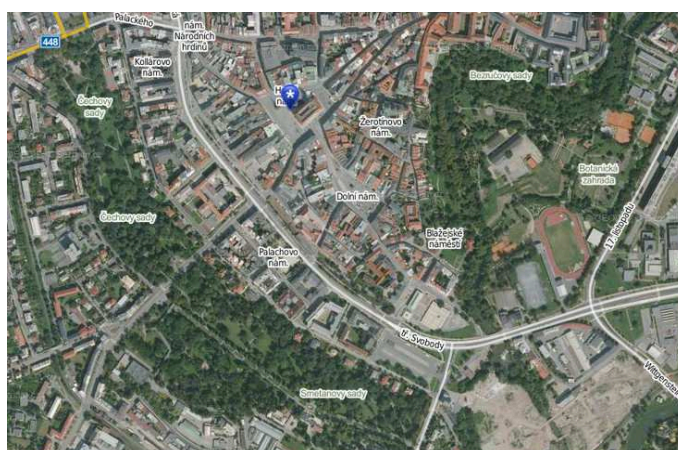
V Olomouci se nachází množství parkových ploch. Území, které parky ve městě zaujímají, je přibližně 47 hektarů [22]. Základem těchto parkových ploch jsou tři historické parky, které vznikly na počátku 19. století, kdy každý park zaujímal jeden okraj okolo olomoucké pevnosti. V průběhu 20. století k těmto historickým parkům byly připojovány další parkové plochy, kdy radnice měla za cíl vytvořit kolem historického jádra města souvislý pás zeleně, který bude poskytovat lidem útěk do přírody, kde si mohou odpočinout a zregenerovat [28]. Postupným připojením všech parků do pásu se začalo městu Olomouc říkat „perla uprostřed zeleně“ [24]. Olomoucké parky nabízejí turistům možnost odpočinku a procházek uprostřed zeleně.

Nejvýznamnější parky ve městě [22]:

- **Smetanovy sady** – jedná se o hlavní městský park, jehož jádrem je tzv. Rudolfovo stromořadí, které je složeno z aleje přísně řezaných jírovců a líp a bylo založeno

v roce 1820. V roce 1995 byly Smetanovy sady vyhlášeny kulturní památkou České republiky. Smetanovy sady se nacházejí na jih od centra města.

- **Čechovy sady** – byly původně založeny jako tzv. Jánské stromořadí o pár let později než Smetanovy sady ve 30. letech 19. století. Čechovy sady byly vystavěny na západ od centra města a byl v něm vystavěn pomník Boženy Němcové od sochaře Vladimíra Navrátila v 70. letech 20. století.
- **Bezručovy sady** – patří mezi nejdelší a nejmladší ze tří nejvýznamnějších olomouckých parků. Táhnou se po jihovýchodním obvodu historického jádra města. Park byl tvořen postupně od roku 1835 až do roku 1949, kdy byl uveden do dnešní rozlohy a podoby. Park obsahuje několik zajímavých staveb, jako jsou Mauzoleum jugoslávských vojáků z roku 1926 nebo litinový hudební altán, který je vyhledáván hudebníky pro svou výbornou akustiku.
- mezi další parky, které může turista v Olomouci navštívit, patří třeba **Botanická zahrada** a rozárium, které byly budovány od roku 1971 na území Korunní pevnůstky blízko Bezručových sadů. Samotné rozárium obsahuje přibližně 40 000 růžových keřů, kdy některé z nich jsou poměrně vzácné druhy. Dalším parkem je **Park pod Dómem sv. Václava**, který je někdy nazývaný Sad přemyslovců. Tento park se nachází pod hradbami Olomouckého hradu a park v roce 2000 prošel rozsáhlou rekonstrukcí.



Obrázek č. 4.2 Parky v Olomouci (letecký pohled)

### ***Výstaviště Flora***

Areál Výstaviště Flora patří k předním českým výstavnickým organizacím. Celý areál se skládá ze čtyř hlavních pavilonů o celkové **ploše okolo 4 500 m<sup>2</sup>** a je situován ve Smetanových sadech. Výstaviště Flora bylo založeno v roce 1966 a od té doby prodělalo vývoj od organizace zřizované městem po akciovou společnost založenou v roce 2000 [31].



Obrázek č. 4.3 Hlavní budova Výstaviště Flora [vlastní zpracování]

Areál výstaviště každoročně připravuje 16 různých výstav, od nejznámější výstavy, která je věnována květinám (Flora Olomouc), pořádá ale také výstavy na rozvoj cestovního ruchu (Tourism Expo), nebo výstavu modelářů a sběratelství (For Model) [31]. Výstaviště Flora každoročně navštíví obrovské množství turistů z celé země i ze zahraničí, a je tudíž pro město Olomouc významným a vyhledávaným turistickým cílem a poskytuje i do budoucna velký potenciál pro pořádání dalších zajímavých výstav s celorepublikovým či celoevropským významem. Olomouc je díky velké tradici v pořádání výstav na toto určitě připravena.

### ***ZOO Olomouc***

Zoologická zahrada se nachází 11 km od centra Olomouce ve vyhledávaném turistickém místě nedaleko další významné památky baziliky na Svatém Kopečku u Olomouce. Zoologická zahrada byla otevřena v roce 1956 jako daleko větší alternativa již existujícímu



zookoutku ve středu města ve Smetanových sadech, ve kterém byli umístěni jeleni, pávi a bažanti.

	1956	1966	1976	1986	1996	2006	2008	2010	2012
<b>Počet návštěvníků</b>	58276	142441	171000	277199	296010	360333	356311	368543	373199

Tabulka č. 4.4 Počet návštěvníků v ZOO Olomouc ve vybraných letech

Postupem času byla do zoo umísťována i exotická zvířata a díky tomu se zvýšila návštěvnost a oblíbenost zoo. V současné době olomoucká Zoo nabízí turistům moderní pavilony, ve kterých mohou vidět velmi vzácné druhy zvířat. Každým rokem navštíví Zoo na Svatém Kopečku okolo **380 tisíc turistů**. Toto velké množství turistů je důkazem, že olomoucká Zoo je vyhledávaným turistickým cílem domácích i zahraničních turistů. Z průzkumu mezi turisty, kteří navštívili v roce 2009 město Olomouc, vyplynulo, že velké množství turistů jako jednu ze svých zastávek ve městě navštíví právě Zoo [32].



Obrázek č. 4.4 Vchod do ZOO Olomouc na Svatém Kopečku [vlastní zpracování]



Jednou z neobvyklých staveb uvnitř zoo je 34 metrů vysoká vyhlídková věž, která skýtá nádherný výhled na celé město.



Obrázek č. 4.5 Vyhlídková věž v ZOO Olomouc [vlastní zpracování]

#### **4.2.2 Kulturní a historické památky**

Město Olomouc je svým historickým a kulturním vývojem srovnatelná s hlavním městem Praha. Její městská památková rezervace ve středu města je druhou největší městskou rezervací v republice, právě za Prahou. Olomouc díky tomu, že byla církevním centrem celé Moravy již od 13. století, dokáže nabídnout turistovi velké množství památek spjatých právě s církví, a je tak i vyhledávanou destinací pro turisty, kteří se zajímají o církevní vývoj u nás.

Radnice města se snaží všemožnými aktivitami přilákat právě ty turisty, kteří se zajímají o historické památky. Aktivity radnice jsou v tomto směru poměrně úspěšné a dokáže do města přivést velké množství turistů.

##### ***Sloup Nejsvětější Trojice***

Tato památka bezesporu patří k nejznámějším památkám v Olomouci. V roce 2000 byl sloup zapsán do světového dědictví UNESCO, jakožto jedno z vrcholných děl

středoevropského baroka [16]. Samotný sloup je 35 metrů vysoký a najdeme ho jako nejvýznamnější bod na olomouckém hlavním náměstí.

Tento monument byl postaven v letech 1716 až 1754 jako oslava víry, která byla vyvolaná pocitem vděčnosti za ukončení moru, který na Moravě zabíjel tisíce lidí v letech 1715 až 1716. Velmi zajímavé na celé stavbě je také to, že všichni umělci a řemeslníci, kteří se na stavbě podíleli, byli občané města Olomouc [2]. Tudíž tato stavba je často považována za odkaz lokálního patriotismu.

Na konci minulého století, konkrétně v letech 1997-1998, byl sloup rekonstruován, kdy na něm odborníci provedli nutné restaurátorské práce a ošetření. Ocenění významu samotného sloupu pro Olomouc, ale i pro celý národ vyústil v roce 2002, kdy byl sloup vyobrazen na poštovní známce.



Obrázek č. 4.6 Sloup Nejsvětější Trojice [vlastní zpracování]

### ***Kláštevní Hradisko***

Tento bývalý klášter je nejstarší klášter na Moravě. Klášter byl založen již roku 1078 za vlády Vratislava II. Budova od počátku procházela řadou změn, ať již přistavováním nových budov, či bourání již nepotřebných budov. Současný barokní vzhled získala

budova kláštera na přelomu 17. a 18. století a bezesporu patří mezi nejhodnotnější díla středoevropské barokní architektury [2].

V roce 1784 byl klášter zrušen a ukončil tak duchovní poselství tohoto komplexu. Poté komplex získala rakouská armáda, která začala bývalý klášter využívat jako vojenskou nemocnici. Tuto funkci plní objekt kláštera dodnes.

### ***Katedrála svatého Václava***

Katedrála svatého Václava, někdy též nazývána Dóm svatého Václava, se nachází na Václavském náměstí v Olomouci. Jedná se o domovskou katedrálu Olomoucké římskokatolické arcidiecéze a často je považována za jeden z nejkrásnějších příkladů novogotické architektury v Česku. Samotná stavba byla zahájena roku 1100 a roku 1131 byla vysvěcena [2]. Někteří odborníci na středověk říkají, že se jedná o jeden ze skvostů středoevropské středověké architektury.



Obrázek č. 4.7 Katedrála svatého Václava [vlastní zpracování]

Katedrála je výraznou dominantou města Olomouce, a to díky své hlavní věži, jejíž výška přes 100 metrů z ní činí druhou nejvyšší kostelní věž v České republice. V katedrále se také nachází největší zvon na Moravě- Sv. Václav. Celý komplex katedrály je složen z několika kaplí a také krypty, která obsahuje mimo jiné srdce rakouského vévody Rudolfa Jana [24]. Mezi dnes otevřené a veřejnosti přístupné části patří kaple sv. Jana Křtitele, Loretánská kaple či kaple sv. Stanislava.

Zajímavostí je také fakt, že na schodech před katedrálou byl v roce 1306 zavražděn český král Václav III. jako poslední z rodu Přemyslovců.

Katedrála patří do komplexu tzv. bývalého Přemyslovského hradu, který je zmiňován v Kosmově kronice z roku 1055 [22]. Komplex patří mezi národní kulturní památky. V celém komplexu můžeme najít právě již zmiňovanou katedrálu sv. Václava, dále kaple sv. Anny, Zdíkův palác, kaple P. Marie Opatrovnice či kaple sv. Barbory. Z hlediska délky osídlení, významu mocenského a kulturně historického se jedná bezpochyby o nejvýznamnější hradní návrší po Pražském hradě.

### ***Kostel sv. Mořice***

Tento další poměrně starý farní kostel, jehož základy pocházejí z 11. století, se nachází v dnešním centru města. Samotný kostel by však vystavěn v druhé polovině 15. století jako pozdně gotická měšťanská stavba. Tento farní kostel na rozdíl od katedrály svatého Václava, který plnil funkci metropolitním biskupským chrámem, plnil po celou dobu funkci hlavního městského chrámu [26].

Kostel je tak významná pozdně gotická stavba, která má dvě nesymetrické hranolové věže a bohatě trémové trojlodí. Pojme okolo 4000 věřících, takže opravdu patří mezi největší kostely u nás. V kostele taky najdeme největší varhany ve střední Evropě, kdy celá stavba varhan trvala skoro 15 let, a varhany postavil známý mistr Michael Engler [26].



Obrázek č. 4.8 Největší varhany ve střední Evropě, kostel Sv. Mořice [vlastní zpracování]



### *Olomoucký orloj*

Orloj v Olomouci je součástí severní stěny radnice. Orloj se zde nachází již od 15. století, ale jeho současná podoba je z poloviny 20. století a pochází od Karla Svolinského. Jedná se o jeden z mála heliocentrických orlojů na světě [24].

Orloj je složen z centrálního ciferníku, který zobrazuje polohy planet na pozadí zvířetníku [22]. Celý orloj je umístěn na pozadí mozaiky, která je tvořena z jízdy králů, dělníka a chemika. Orloj byl v průběhu času různě upravován a vybavován různými druhy pohyblivých loutek. Do současné podoby byl upraven po poškození během 2. světové války a během let 1947 – 1955, kdy postavičky byly voleny v duchu socialistického realismu.

Radnice města se rozhodla, že orloj bude muset opravit, jelikož jeho stav již není takový, aby nebyly pochyby o tom, že bude fungovat i do budoucna. Radnice má však problém s tím vybrat správného restaurátora, který jej v krátké době opraví, jelikož radnice nechce, aby byly opravy překážkou pro turisty při prohlídkách této krásné památky.



Obrázek č. 4.9 Olomoucký orloj [vlastní zpracování]

## ***Kašny v Olomouci***

V centru Olomouce na jednotlivých náměstích můžeme najít celkově 25 kašen, kdy 7 z nich je barokních, které patří mezi národní kulturní památky. Každá z barokních kašen představuje určitou událost z antické mytologie a každá má originální architektonické řešení vodní nádrže [22]. Téměř všechny kašny jsou spjaty se jménem V. Rendera, který byl většinou autorem návrhů i kamenického zpracování.

Nejvýznamnější kašny jsou [22]:

- **Neptunova kašna** – byla dokončena v roce 1683 a představuje sochu Neptuna, který drží trojzubec, aby uklidňoval moře a chránil Olomouc. Kašna stojí na Dolním náměstí a je první a nejstarší ze souboru olomoucký barokních kašen.
- **Herkulova kašna** – byla dokončena v roce 1688 a zobrazuje Herkula, který bojuje s lernskou hydrou. Má v ruce kyj a v druhé ruce štít s orlicí jako symbolem města Olomouce. Původně byla kašna umístěna na místě dnešního sloupu Nejsvětější Trojice, ale roku 1716 byla přestěhována na Horní náměstí před orloj.
- **Jupiterova kašna** - kašna byla postavená v roce 1707 a symbolizovaný bůh Jupiter, který metá blesky, má být dalším z řady ochránců města Olomouc. Kašna je umístěna na Dolním náměstí.
- **Kašna Tritónů** – tato kašna je mezi uměleckými odborníky nejvíce ceněná olomoucká kašna. Byla dokončena v roce 1709 a je podobná Berniniho kašně Tritónů v Římě. Od roku 1890 je kašna na dnešním náměstí Republiky.
- **Caesarova kašna** – jedná se o největší kašnu v Olomouci. Vyobrazuje římského císaře Julia Caesara a byla dokončena v roce 1725. Turisté tuto kašnu mohou najít na Horním náměstí vedle orloje.
- **Merkurova kašna** – kašna se sochou boha Merkura dokončená v roce 1727 je situována mezi bývalým obchodním domem Prior a hotelem Národní dům.
- **Další kašny** – mezi další významné kašny v Olomouci patří např. Kašna Hygie, Theimerova kašna a nebo Ariónova kašna s velmi oblíbenou sochou želvy na Horním náměstí.

Olomouc se může opravdu pochlubit velmi starými a krásně umělecky ztvárněnými kašnami, které jsou zajímavým turistickým cílem pro milovníky historie.

### ***Chrám panny Marie Sněžné***

Stavba je barokní kostel, který se nachází na náměstí Republiky. Jedná se o kostel sálového typu se dvěma výraznými věžemi, které jsou významnou dominantou města. Kostel byl dokončen v roce 1719 a od té doby se stal významným církevním bodem, který pojme až 2 500 věřících [28].

Na kostele je zajímavé, že jeho vnitřní výzdoba je dílem pouze domácích umělců. Díky varhanám z roku 1730 je kostel často využíván pro koncertní účely, jelikož tyto varhany jsou považovány za jedny s nejvytříbenějším zvukem na Moravě.

### ***Vila Primavesi***

Olomouc může nabídnout i památky o něco mladší než všechny doposud prezentované památky. Ukázkou toho je právě vídeňská secesní vila Primavesi, která patří mezi nejceněnější stavby vídeňské secese ve střední Evropě. Vila byla postavena v roce 1906 [19].

Vila je ceněná především proto, že v sobě spojuje vídeňskou a anglickou secesi a dokonce i znatelný vliv pražského baroka [30]. Byla postavena pro olomouckou bankéřskou rodinu Primavesi a rozkládá se na velmi působivém místě na hradbách historického jádra města.

V současné době je vila využívána jako luxusní restaurace s ojedinělým výhledem na olomoucké hradby.

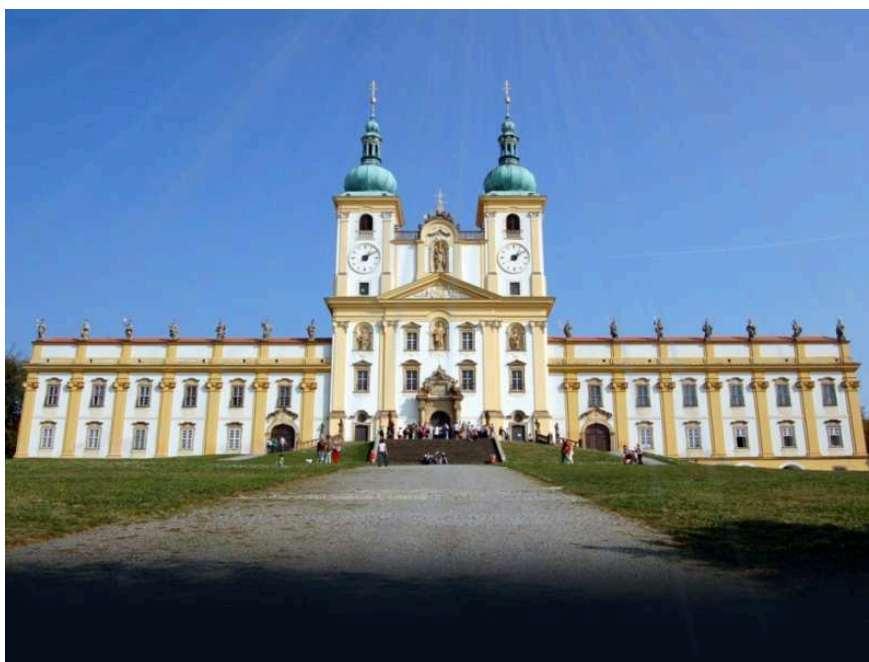


Obrázek č. 4.10 Vila Primavesi [vlastní zpracování]

### ***Bazilika Navštívení Panny Marie***

Barokní stavba baziliky Navštívení Panny Marie je poutní kostel v areálu premostrátského kláštera na Svatém Kopečku, který je vzdálený přibližně 11 km od centra Olomouce. Na místě byla původně, ze začátku 17. století, vystavěna malá kaple zasvěcená Panně Marie. Později se vystavěla farnost a kaple se značně rozšířila až do dnešní podoby [2]. V průběhu 20. století došlo nejdříve během světových válek k poškození baziliky, aby následně došlo ke kompletní rekonstrukci do původní podoby.

Bazilika je vyhledávaným poutním místem pro řadu turistů jak domácích, tak i zahraničních. V roce 1995 navštívil baziliku papež Jan Pavel II. a díky tomu se ještě více zvýšila atraktivita tohoto poutního místa. Každoročně jsou zde pořádány velké církevní slavnosti a také pout', která přitáhne velké množství turistů.



Obrázek č. 4.11 Bazilika Navštívení Panny Marie [vlastní zpracování]

### ***Židovské památky v Olomouci***

Olomouc je obecně považována za jedno z nejstarších židovských osídlení v naší zemi. Památek je však ve městě velice málo, což je částečně důsledkem nuceným odchodem místních židovských občanů během 2. světové války a následné zchátrání a rozpad všech památek. V Olomouci tak stopy po židovském osídlení najdeme pouze na dvou místech. Jedno místo je na ústředním hřbitově v Olomouci-Neředíně, kde část hřbitova je židovského původu s obřadní síní a památníkem obětím holocaustu. Druhé místo zahrnuje



Židovskou modlitebnu na ulici Komenského. Tato modlitebna obsahuje pamětní desky se jmény 1500 židovských obětí z 2. světové války.

#### **4.2.3 Významné akce v Olomouci**

Jak již bylo zmíněno, radnice se snaží všemožnými podpůrnými prostředky nalákat do města nejruznější kulturní a společenské akce, které pomáhají rozvíjení turistického ruchu v Olomouci. Díky této snaze se opravdu daří do města přilákat velmi zajímavé akce, které si poté ve městě najdou své místo na delší dobu a lidé si na tyto akce zvyknou a naučí se do města jezdit. Tím se město dostává do podvědomí široké veřejnosti v kraji i v celé zemi. Zmíněné akce mají dlouholetou tradici a návštěvníci jezdí na tyto akce pravidelně.

##### ***Academia Film Olomouc***

Academia Film Olomouc neboli mezinárodní festival populárně-vědeckých filmů se svou významností a historií řadí mezi nejvýznamnější festivaly v oblasti populárně-vědeckého filmu u nás i v Evropě [14]. Tento festival je jakýmsi propojením akademického prostředí se světem dokumentárního filmu a návštěvníkům ukazuje nejnovější poznatky v různých oborech prostřednictvím audiovizuální tvorby.

Filmový festival byl založen již v roce 1966 a tento rok se bude jednat v pořadí již o 48. festival [14]. Původně pořádala festival Univerzita Palackého společně s Československou akademií věd, ale v současnosti se o pořádání stará pouze Univerzita Palackého v Olomouci. Během své doby trvání se festival různě měnil až do dnešní podoby, kdy účastníci festivalu mezi sebou sdílejí názor, že se jedná o festival mezinárodního formátu.

Festival je určitě zajímavý tím, že je pro všechny druhy diváků, od nejmenších až po širokou veřejnost. V rámci festivalu jsou pořádány také diskusní bloky s projekcemi, kde jsou právě probírány nejaktuálnější trendy v oblasti těchto filmů. V průběhu festivalu se účastníci mohou také odreagovat poslechem koncertů významných českých i zahraničních kapel, a jelikož tyto koncerty jsou přístupné všem, tak i toto dokáže přilákat do města množství lidí.

Festival se každoročně koná třetí týden v dubnu a projekce filmů jsou na velice zajímavých a atraktivních místech, např. na Horním náměstí, v budově Konviktu nebo v Divadle Hudby.

Rok	Akreditovaní účastníci	Hosté	Press
2007	660	112	48
2008	960	110	34
2009	1320	100	30
2010	1919	106	31
2011	2300	188	31

Tabulka č. 4.5 Vývoj počtu návštěvníků, hostů a novinářů v posledních letech

Následující graf ukazuje vývoj počtu návštěvníků na AFO, ze kterého můžeme vidět, že trend návštěvnosti je stále stoupající, což svědčí o oblíbenosti celého festivalu.



Graf č. 4.1 Vývoj počtu návštěv na AFO

### ***Český pivní festival***

Český pivní festival někdy nazývaný také Beerfest se v Olomouci pořádá již od roku 2002. Původním záměrem festivalu bylo přitáhnout příznivce piva a bavit se u toho. První ročníky byly poměrně malé, kdy bylo přihlášeno pouze okolo 30 pivovarů, avšak na posledním ročníku v roce 2012 bylo k dispozici dokonce 105 pivovarů z celé České republiky [15].

Návštěvníci si festival velice oblíbili a každoročně jich navštěvuje čím dál více. S ochutnávkou a konzumací piva jsou totiž spojeny i koncerty předních českých a

slovenských kapel, které také přijíždějí na festival velice rády. Festival se původně konal na bývalé dostihové dráze v Olomouci, avšak v roce 2010 se díky kapacitním důvodům přestěhoval do Korunní pevnůstky, kde se vejde podstatně více návštěvníků a festival se tak může dále rozvíjet.

Pořádání festivalu je každý rok naplánováno na červen, tzn. na měsíc, který je teplý a umožňuje návštěvníkům veškerý komfort spojený např. se spaním ve stanu. Délka festivalu je vždy od čtvrtka do neděle, kdy každý den vystoupí na dvou podíích 6 významných kapel.

Stále více fanoušků na festival přijíždí ze zahraničí, především z Polska, ale i z Německa a Rakouska. Tím se stal festival akcí mezinárodního významu a akcí, která je pro rozvoj a udržení cestovního ruchu v Olomouci zásadní a radnice to ví a tuto akci všemožně prezentuje a podporuje.

Rok	Počet návštěvníků
2008	9300
2009	10800
2010	10600
2011	12400
2012	15000

Tabulka č. 4.6 Počet návštěvníků v posledních letech

### ***Flora Olomouc***

Jak již bylo zmíněno výše, jedná se o mezinárodní zahradnickou výstavu. Výstava se pořádá každoročně již od roku 1967, kdy se původně konala pouze v liché roky, jelikož v sudé roky tuto výstavu hostila Bratislava [31]. V současné době se výstava pořádá dvakrát ročně, na jaře a na konci léta.

Samotná výstava se nachází ve Smetanových sadech v areálu Výstaviště Flora. Samotnou výstavu můžeme rozdělit do několika expozic. Hlavní expozice je umístěna v pavilonu A, vedlejší expozice, které jsou většinou specializované na určité téma, jsou umístěny v dalších třech pavilonech a také v botanické zahradě.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Počet návštěvníků</b>	35000	38000	36000	34000	31000	28000

Tabulka č. 4.7 Počet návštěvníků Flora Olomouc v posledních letech

Výstava Flora Olomouc je oblíbeným cílem turistů, kteří mají rádi obecně floru, ale i turistů, kteří chtějí vidět neobvyklou a po celé Evropě uznávanou výstavu. Radnice města se snaží vnímat tuto společenskou akci jako příležitost zviditelnit sebe i region, a proto se snaží výstavu prezentovat doma i v zahraničí všemožnými podpůrnými aktivitami, jelikož výstava je vnímána jako opravdu jedna z největších a nejvýznamnějších výstav v České republice. Dle výše uvedené tabulky je možno vidět, že zájem o výstavu je sice stále velký, ale postupně se počet návštěvníků snižuje. To může být zapříčiněno např. zastaralými výstavními pavilony či konkurence v oblasti výstav květin v okolí (Výstava Floria v Kroměříži).

Turisté si také mohou v rámci výstavy zakoupit nejrůznější odrůdy rostlin, které by jinde nemohli sehnat. V rámci výstavy jsou také pořádány nejrůznější soutěže, např. v aranžování květin, nebo za nejlepší výpěstky. Jelikož do soutěže se může přihlásit opravdu kdokoli, tak i toto je pro turisty lákavou představou, proč navštívit právě tuto akci.



Obrázek č. 4.12 Hlavní pavilon výstavy Flora Olomouc [vlastní zpracování]

### ***Olomoucký půlmaraton***

Olomoucký půlmaraton je běžecký závod v ulicích města Olomouce, který měří 21km. První ročník byl uskutečněn v červnu roku 2010. Závod navázal na úspěch půlmaratonu a maratonu v Praze a hned na první ročník přilákal přes 1800 běžců.

Závod je pro sportovce, kteří si přijedou do Olomouce zaběhnout, opravdovým zážitkem, jelikož běží historickým centrem města, kde je začátek i konec závodu. Mohou se tak během závod podívat do téměř celé Olomouce a zažít tak výbornou atmosféru. V rámci závodu mohou sportovci běžet jak celý půlmaraton, tak i třeba jen 10km, nebo mohou běžet také týmy, a to štafety. Závod neopomíná ani rodiny, kdy je před hlavním závodem pořádán rodinný běh pro rodiče s dětmi.

O oblíbenosti závodu svědčí stále se zvětšující popularita závodu a narůstající počet závodníků. Na posledním závodě uskutečněném v červnu roku 2012 startoval již 3 500 závodníků a pro další ročníky se počítá také s ještě větším počtem.



Obrázek č. 4.13 Start 3. ročníku Olomouckého půlmaratonu [vlastní zpracování]

Město Olomouc si je vědomo důležitosti této akce a i proto se snaží akci podporovat, např. že povolí start i cíl v historickém centru nebo že zapůjčí techniku a potřebné vybavení pro uspořádání akce.

### ***Divadelní Flora***

Divadelní Flora je další festival, který se v Olomouci pravidelně každoročně koná. V roce 2012 proběhl již 16. ročník tohoto festivalu. Festival je zaměřen, jak již z názvu vyplývá, na divadelní představení.

Na festivalu spolupracují Moravské divadlo, Konvikt a Univerzita Palackého. Během 10 dní v květnu je odehráno na 50 různých představení na 8 různých scénách [19]. Během festivalu se představí jak renomované divadelní soubory z Moravy, pražské soubory se známými herci, tak i ochotnické spolky s amatérskými herci.

V rámci festivalu je velké množství představení pro veřejnost zdarma a mnoho lidí přijíždí z celé Moravy, aby viděli představení pod širým nebem na hlavním olomouckém náměstí. Za svou dobu konání se festival stal uznávaným domácím festivalem, který si vybírají divadelní soubory pro premiéru svých představení. V posledních ročnících byl během festivalu i bohatý doprovodný festival plný nejrůznějších koncertů a filmových představení.

### ***MusicOlomouc***

Další z řady hudebních festivalů v Olomouci je MusicOlomouc. Jedná se o festival, který pořádá Univerzita Palackého v Olomouci a který vznikl v roce 2009. Od této doby festival navštěvují všichni zájemci o českou a světovou experimentální hudbu, o jazzovou hudbu, ale také posluchači alternativní hudby začátku 21. století.

Festival se většinou koná v Uměleckém centru Univerzity Palackého, ale vždy jeden koncert je umístěn do jednoho ze sousedních měst Olomouce, např. v roce 2012 byl koncert v Jeseníku. Festival navštěvují jednak studenti místní vysoké školy, ale i ostatních vysokých škol v České republice. Dalšími návštěvníky jsou milovníci tematické hudby, která je na festivalu hraná a prezentovaná.

### ***VZÁŘÍ***

Tento poměrně netradiční mezinárodní festival ukazuje město v jiném světle než jiné festivaly. Jedná se o to, že na olomoucké náměstí soutěží několik týmů v tom, který vytvoří nejlepší a nejoriginálnější příběh pomocí nejrůznějších světél, které jsou promítány na budovy na náměstí.

Během jednotlivých vystoupení budovy mění pomocí světél tvary, barvy a jsou znázorňovány jednotlivé příběhy. První ročník se uskutečnil v roce 2011 a setkal se s velice kladným ohlasem a především s plným náměstím žasnoucích lidí. V roce 2012 se na festivalu objevily i zahraniční týmy a do města se sjeli diváci z celé Moravy.

Je jistě pozitivním faktem, že radnice města se k tomuto nápadu postavila vstřícně a umožnila vznik tohoto zajímavého a jistě do budoucna perspektivního festivalu. Tvůrci do příštích ročníků slibují, že se festival rozšíří na další budovy v centru města a také, že bude soutěžit ještě více týmů.

### ***Dvořákova Olomouc***

Mezinárodní hudební festival Dvořákova Olomouc vznikl z festivalu Olomoucké hudební jaro, který pořádá Moravská filharmonie od roku 1958. Jméno Antonína Dvořáka v názvu festivalu je proto, že je Dvořák významně spojen s hudební historií města, např. v Olomouci zazněla poprvé dvě jeho slavná díla. Festival je každoročně pořádán v květnu.

Během festivalu zaznívají klasická díla jak od Antonína Dvořáka, tak i od jiných významných skladatelů. Hlavním orchestrem na festivalu je Moravská filharmonie Olomouc s tím, že každoročně vystoupí jeden významný zahraniční umělec, v roce 2012 to byl slavný operní pěvec José Cura. Návštěvníci festivalu tak mohou během 14 dní slyšet významné klasické skladby.

Jediným nedostatkem festivalu je fakt, že vstupenky na festival jsou často rozebrány hodně dopředu abonenty a na zajímavé vystoupení se obyčejní návštěvníci často nemají šanci se dostat [19].

### ***Olomoucké Vánoce***

Olomoucké Vánoce neboli vánoční trhy v Olomouci jsou velice oblíbenou akcí jak pro místní občany, tak i vyhledávanou akcí pro ostatní občany z různých koutů republiky. Důvodem proč jsou tak oblíbené je především doba trvání, protože trvají většinou již od půlky listopadu a také bohatý kulturní program, který trhy po celou dobu provází.

Olomoucké vánoční trhy jsou často přirovnávány k trhům ve Vídni či v Praze, ať už je to pro velikost trhů či pro zajímavé prostředí, kde se konají, historické centrum města [28]. Radnice města se k pořádání vánočních trhů staví velmi pozitivně, ať už tím, že nájemné



pro prodávající stánky je nepoměrně nízké vůči nájemnému v Praze či ve Vídni, nebo také tím, že město povoluje kulturní akce během trhů na celém náměstí a ve většině případů hradí náklady spojené s pořádanými koncerty.



Obrázek č. 4.14 Vánoční trhy v Olomouci [vlastní zpracování]

### ***Svátky města***

Svátky města Olomouce jsou každoročně významnou akcí v kalendáři města. Svátky města znamenají oslavu vzniku města a dalších historických událostí spojených s Olomoucí. Oslavy mají vždy formu koncertů, divadelních představení a adaptací historických událostí, jako jsou třeba historické bitvy.

Oslavy se konají každým rokem v červnu během jednoho víkendu. Během oslav do města přijíždí velké množství turistů a rodin s dětmi. Radnice může na oslavách nejrůznějšími způsoby prezentovat město, jeho další aktivity a přilákat tak další turisty do města.

### ***Přehlídka animovaného filmu***

Posledním významným festivalem, který se uskutečňuje ve městě Olomouc, je Přehlídka animovaného filmu. Festival, který se koná již od roku 2000, se věnuje animaci v kinematografii, mediálnímu umění a vizuálnímu umění. Hlavním pořadatelem je Univerzita Palackého v Olomouci

Přípravný tým festivalu je složen jednak z profesionálů v oblasti animace, tak i ze studentů filmových a divadelních studií, kteří mohou na festivalu uvést své práce a prosadit se tak do světa animace. Festival dlouhodobě spolupracuje s jinými mezinárodními filmovými



festivaly. Publikum festivalu je složeno především z řad studentů jak českých, tak i zahraničních vysokých škol, dále profesionálů a také široké veřejnosti, která se zajímá o nové trendy v animaci.

#### **4.2.4 Další zajímavosti ve městě**

Město Olomouc nabízí turistům a návštěvníkům další možné cíle jejich výletů a cest. Některé zajímavosti jsou opravdu raritou v rámci celé České republiky a radnice města si to začíná pomalu uvědomovat, podporovat a také zahrnovat tyto zajímavosti do své prezentace jako turistického cíle.

##### ***Veteran Arena Olomouc***

Tohle muzeum historických automobilů patří mezi největší soukromé veřejně přístupné muzeum historických automobilů v České republice. Muzeum je otevřeno poměrně krátkou dobu, od roku 2010, ale i přesto si již dokázalo vybudovat slušné jméno mezi muzei historických automobilů [29]. Toto významné muzeum v Olomouci je zařazeno mimo klasická muzea, jelikož svým významem přesahuje ostatní muzea ve městě.

Turista a návštěvník v muzeu uvidí okolo 160 historických vozidel, kdy některé kousky jsou opravdu vzácné, jelikož je jich na světě k vidění již jen pouhých pár kusů. V areálu muzea je k vidění také sbírka historických telefonů, která obsahuje okolo 400 historických kusů telefonů. Díky tak velké sbírce telefonů se jedná o největší kolekci historických telefonů u nás. Na jaře roku 2013 bude otevřena nová expozice, která bude věnována historickým radiopřijímačům. Návštěvník tak uvidí na jednom místě 3 různé výstavy za pouhé jedno vstupné, což je pro mnoho turistů velice lákavým cílem.

Díky skloubení historické tematiky města Olomouc s danými expozicemi v muzeu se nabídka města perfektně doplňuje a je pro milovníky historie opravdovým lákadlem [29]. Muzeum je provozováno vyloženě jen ze soukromých zdrojů, což na jednu stranu je dobře, ale obecně by radnice města měla vyvinout snahu, aby muzeum nějakým zajímavým způsobem podporovalo a přispívalo k ještě větší návštěvnosti.

##### ***Aquapark***

Olomouc dlouho neměla žádný významný bazén či koupaliště, které by mohli lidé navštěvovat během celého roku. Po mnoha jednáních města s investory radnice rozhodla,

že si postaví vlastní aquapark nedaleko výpadovky směrem na Brno. Byl postaven v roce 2006.

Areál je plnohodnotným bazénovým komplexem, který návštěvníkům nabízí veškeré možnosti plavání a bazénových aktivit. Jsou zde jednak venkovní, tak i vnitřní bazény. Návštěvník může využít nejrůznější vodní atrakce, které jsou mnohdy jediné u nás. V aquaparku existuje velké množství různých akcí a slevových programů, např. sleva 40% pro ZTP každé úterý.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Počet návštěvníků	17376	78000	58000	63715	63000	51000	61712

Tabulka č. 4.8 Počet návštěvníků v Aquaparku od jeho založení

Aquapark je významnou atrakcí města, která zde dlouho chyběla, avšak radnice města stále ještě nedokáže přitáhnout do aquaparku tolik návštěvníků, aby byl ziskový, a podle nejnovějších propočtů bude až do roku 2018 muset město Olomouc každoročně přispívat nemalou suma na chod a provoz zařízení. Díky své výhodné poloze uprostřed Moravy a Slezska a díky nabízeným atrakcím by do budoucna mohl být opravdovým turistickým lákadlem, avšak prezentace zařízení od města musí být pojata jiným, pro návštěvníka zajímavějším způsobem.



Obrázek č. 4.15 Aquapark v Olomouci [vlastní zpracování]

## **Muzea**

Jako každé větší město i v Olomouci turista může navštívit různá muzea, která jsou tematicky zaměřena. Mezi nejznámější muzeum patří především Vlastivědné muzeum, které je provozováno ve městě již od roku 1883 [28]. Jak již název napovídá, jedná se o muzeum zaměřené na přírodu. V muzeu jsou k vidění jednak stálé expozice, kterých je 6, a také expozice, které jsou k vidění pouze po určitý čas. Muzeum se stalo také zastávkou pro několik známých výstav, které putují po světě.

Mezi další známá muzea ve městě patří např. Muzeum moderního umění, nebo velice zajímavé Letecké muzeum na Neředíně.

Radnice města se snaží o podporu muzeí ve městě, kdy vynakládá nemalé finanční prostředky na to, aby zde mohly být výstavy uspořádány.

### **4.2.5 Kongresová turistika**

Olomouc se v poslední době stává významným centrem kongresů a významných jednání. Ve městě můžeme najít velké množství kongresových sálů, které díky své velikosti mohou pořádat významné kongresy, co do počtu účastníků.

Kongresové centrum	Kapacita kongresového centra
Anag, spol. s.r.o.	170
Výstaviště Flora, a.s.	1500
Regionální centrum Olomouc	950
NH Olomouc Congress	1200

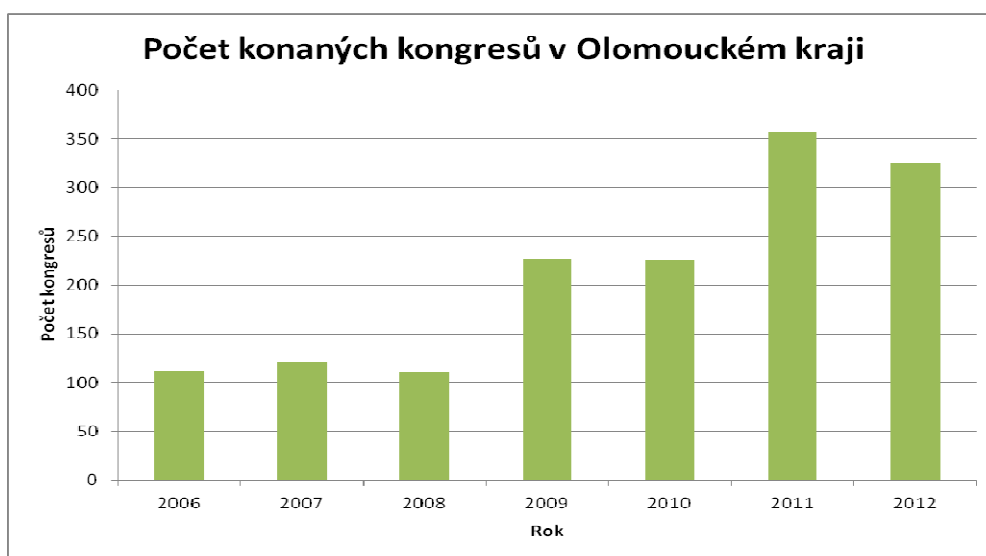
Tabulka č. 4.8 Kapacity jednotlivých kongresových center v Olomouci

Předchozí tabulka ukazuje nejvýznamnější kongresová centra ve městě Olomouc. Nejnovější kongresové centrum je NH Olomouc Congress s druhou největší kapacitou. Největší kongresové prostory nabízí Výstaviště Flora., která je však z hlediska vybavenosti daleko za modernějšími kongresovými centry.

V následující tabulce je vidět, že počet konaných kongresů v letech sice stoupá, ale počet účastníků lineárně neroste. Tento fakt může být ovlivněn tím, že velké a významné kongresy se většinou nekonají pravidelně, ale jen jednou za nějaký čas.

Rok	Počet konaných kongresů	Počet účastníků kongresů
2006	112	18 238
2007	121	20 470
2008	110	15 772
2009	227	27 692
2010	226	35 445
2011	357	53 716
2012	325	36 196

Tabulka č. 4.9 Počet kongresů a návštěvníků kongresů v Olomouckém kraji [18]



Graf č. 4.2 Počet konaných kongresů v Olomouckém kraji [18]

Nejvýznamnější jsou především kongresový hotel NH Olomouc Congress, který je specializovaný na pořádání těchto akcí a je také díky své poloze velmi vyhledávaným cílem. Druhou nejvýznamnější budovou pořádající kongresy je zřejmě RCO Olomouc, která díky své velikosti a rozsáhlosti sálu uspokojí opravdu velké kongresy.

Účastníci kongresů mohou využít rozsáhlé nabídky hotelů a restauračních zařízení, takže v tomto ohledu je město Olomouc příznivě uspořádáno pro konání významných kongresových akcí.

#### 4.2.6 Univerzita Palackého v Olomouci

Velký význam ve městě Olomouc má druhá nejstarší česká vysoká škola, univerzita Palackého. Univerzita byla založena již v 16. století a od té doby prošla dlouhým vývojem

až do dnešní podoby. Svoji velikostí a počtem studentů, kteří na univerzitě studují, se řadí mezi nejvýznamnější instituce ve městě i na Moravě.

Počet studentů, který každoročně na univerzitě studuje, 23 tisíc, což je pětina obyvatel celé Olomouce, je bezpochyby významným druhem cestovního ruchu. V současné době se na osmi fakultách vyučuje na dvě stovky nejrozličnějších oborů, jak klasických, tak i moderních.

Díky tak velkému zastoupení ve městě jsou i nejrozličnější společenské a kulturní akce uzpůsobeny tak, aby je v co největší míře mohli využívat studenti. Jedná se např. o nejrozličnější slevy pro studenty, akce během pracovního týdne, které mohou navštívit právě studenti, jelikož během víkendu většina odjíždí domů.

Důležitým aspektem toho, že je ve městě tak velká univerzita, je i to, že část studentů, kteří zde studují, pak chtějí ve městě zůstat natrvalo. Tím se zvyšuje počet obyvatel města a město tak může dále růst nebo nahradit ty obyvatele, kteří z města odcházejí pryč.

#### **4.2.7 Sport ve městě**

Podle úrovně nabídky sportovního vyžití a podle možností navštívit nějakou sportovní událost je stále více hodnocena kvalita života ve městě. Olomouc dokáže v tomto ohledu nabídnout opravdu pestrou paletu nejrozličnějších aktivit pro všechny, kteří chtějí sportovat.

Ve městě můžeme najít některé významné sportovní kluby. Nejznámější je asi fotbalový klub Sigma Olomouc, dlouholetý účastník 1. fotbalové ligy a tým, ve kterém vyrostlo hodně fotbalových reprezentantů, kteří si později zahráli nejznámější zahraniční ligy. Průměrná návštěvnost na domácí zápas je 7 500 diváků.

Mezi další významné sportovní kluby můžeme určitě zařadit házenkářský klub DHK Zora Olomouc, který se několikrát stal dokonce mistrem republiky, naposledy v roce 2008. V neposlední řadě je významným sportovním týmem hokejový HK Olomouc, účastník 1. hokejové ligy.

Ve městě však můžeme najít nejrozličnější sportovní kluby, které se účastní celostátních soutěží, např. volejbalový klub, atletický klub, baseballový nebo také veslařský klub. Radnice města podporuje především finančně činnosti jednotlivých klubů a týmů, a tím nemalou měrou přispívá k lepší prezentaci města Olomouc na veřejnosti.

Turista, který do města přijíždí, může využít široké nabídky sportovních areálů a sportovišť. Mezi nejznámější a nejvyhledávanější patří např. atletický stadion blízko centra města, plavecký stadion včetně sauny nebo lanový park, který je vyhledávaný především milovníky adrenalinové zábavy. Ve městě turista také najde množství fitness center, která většinou nabídnou několik možností využití volného času, např. posilovna v kombinaci se spinningem, či squashem.

Mezi netradiční sportoviště, která mohou turisté navštívit, patří kupříkladu zimní stadion, sportovní hala Univerzity Palackého, golfové hřiště či dostihová dráha v Lazcích.

#### **4.2.8 Nakupování ve městě**

V dnešní době hraje nakupování v cestovním ruchu důležitou roli. Lidé dokážou cestovat za nákupy desítky kilometrů, aby mohli navštívit nějaké nákupní centrum či obchod.

Olomouc v tomto ohledu představuje velice zajímavý cíl z hlediska vyhledávaného cíle pro nakupování. Do Olomouce jezdí na nákupy lidé z nejbližšího okolí, ale i lidé ze vzdálených míst. V Olomouci můžeme najít 4 významné nákupní centra a jedno, které bude během roku 2013 dokončeno.

Doposud nejvýznamnější do počtu obchodů je zřejmě Olympia Olomouc, která je situována blízko dálnice na Ostravu. Dalším nákupním centrem je Olomouc City, které je pro změnu umístěno na druhé straně města, blízko dálnice na Hradec Králové. Třetím nákupním centrem mimo centrum města je Obchodní centrum Haná, které návštěvník najde blízko výpadovky na Brno v těsné blízkosti Aquaparku.

V centru města můžeme najít Pasáž Moritz, což je zrekonstruovaný starý Prior. Nákupní centrum, které bude otevřeno na podzim roku 2013, je Galerie Šantovka blízko Tržnice. Bude se jednat o největší nákupní centrum v Olomouci, které bude z pohledu dosahu do centra města zřejmě významným prvkem Olomouce.

## **5 NÁVRHY MOŽNÉHO ROZVOJE ZKOUMANÉ DESTINACE**

V této kapitole budou, na základě zkoumání a zjišťování informací o fungování cestovního ruchu ve městě Olomouc, analyzovány přednosti a slabiny města právě v oblasti cestovního ruchu. Pro posouzení byla vybraná metoda SWOT analýza. Návrhy možného rozvoje zkoumaného města Olomouce v oblasti cestovního ruchu budou ukázány především na jedné části SWOT analýzy, příležitostech pro rozvoj města Olomouce.

SWOT analýza je metoda, pomocí níž je možno identifikovat silné (Strengths) a slabé (Weaknesses) stránky, příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats), spojené hodnocením nějakého území či projektu. Díky této metodě je možné komplexně vyhodnotit fungování zkoumané oblasti, nalézt problémy nebo nové možnosti pro růst. Bývá součástí dlouhodobého plánování. Základ metody spočívá v klasifikaci a ohodnocení jednotlivých faktorů, které jsou rozděleny do 4 výše uvedených základních skupin. Vzájemným působením faktorů silných a slabých stránek na jedné straně vůči příležitostem a nebezpečím na straně druhé lze získat nové kvalitativní informace, které charakterizují a hodnotí úroveň jejich vzájemného střetu.

V této práci bude prováděna analýza na 3 tematických celcích: přírodní a antropogenní podmínky, poptávka cestovního ruchu a organizace cestovního ruchu.

### **5.1 Přírodní a antropogenní podmínky**

#### **5.1.1 Silné stránky**

- Sídlo významných institucí a úřadů, přirozené centrum turistického regionu Střední Morava
- Výhodná geografická poloha ve vztahu k rakouskému, slovenskému, polskému a německému trhu
- Sít'cyklotras a cyklostezek, které se ve městě nacházejí
- Řeka Morava – možnosti vodní turistiky
- Existence městských parků
- ZOO Olomouc a rekreační lokalita Svatý Kopeček
- Sloup Nejsvětější Trojice na seznamu UNESCO

- Kulturně historické bohatství s množstvím kulturních a historických památek
- Množství církevních památek
- Množství pravidelných kulturních a společenských akcí národního významu
- Flora Olomouc – výstava květin s dlouhou tradicí
- Unikátní atraktivita – orloj, soubor kašen a další
- Architektura města – zastoupeny všechny historické stavební slohy
- Zajímavá historie města
- Sportovní zařízení a areály

### **5.1.2 Slabé stránky**

- Absence blízkosti přírodní vodní plochy pro širší využití
- Nedostatečně využitý potenciál městských parků a špatný současný stav
- Velká část církevních památek je pro veřejnost nepřístupná, jelikož město nemá dostatek financí na uvedení památek do takového stavu, aby mohly být zpřístupněné veřejnosti
- Kulturní akce jsou vyprodány dlouho dopředu, kdy velká část je rezervována pro předplatitele
- Absence akce mezinárodního významu (akce typu Mezinárodní automobilový festival v Brně)
- Nedostatečná nabídka zábavních možností pro starší generaci
- Chybí tematický zábavní park
- Informační popisky v muzeích či u památek pouze v angličtině

### **5.1.3 Příležitosti**

- Možnosti vybudování nových volnočasových aktivit
- Širší využití potenciálu nábřeží řeky pro rekreaci obyvatel i návštěvníků
- Vytvoření naučných stezek na téma spojené s tímto regionem
- Revitalizace parků, větší využití k rekreačním účelům



#### **5.1.4 Ohrožení**

- Nízké investice do údržby cyklostezek a cyklotras a také nízké investice do údržby a obnovy kulturních a historických památek (po církevních restitucích církev začne pravděpodobně s opravou svých památek a zpřístupní je i veřejnosti)
- Podcenění významu doprovodných služeb
- Nebezpečí povodní v okolí řeky Moravy
- Rostoucí konkurence kulturních akcí nadnárodního významu v jiných městech ČR
- Ztráta prestiže výstavy květin Flora (zastaralé vybavení zázemí)

### **5.2 Poptávka cestovního ruchu**

#### **5.2.1 Silní stránky**

- Centrum regionu s významným podílem zahraničních turistů (podle ČSÚ okolo 40 %)
- Velké procento návštěvníků města, kteří přijíždějí za poznáním a kulturou (55%)
- Vysoký podíl návštěvníků přijíždějících ze vzdálenosti větší než 100 km (40%)
- Poptávka po možnosti pořádání seminářů a školení ve městě

#### **5.2.2 Slabé stránky**

- Město není vnímáno jako místo pro rodinnou dovolenou či prodloužený víkend (dle studie města Olomouc o možnostech rozvoje cestovního ruchu ve městě) – chybí vhodné produkty cestovního ruchu
- Stagnující či klesající počet turistů z tradičních zahraničních trhů

#### **5.2.3 Příležitosti**

- Rostoucí zájem o kulturní akce a památky
- Nárůst kongresového cestovního ruchu
- Narůstající zájem některých nových zahraničních zemí (Rusko)

#### **5.2.4 Ohrožení**

- Silná konkurence (zejména v oblasti kvality a ceny) jiných srovnatelných měst
- Neschopnost oslovit cílový trh vhodnou a atraktivní nabídkou

### **5.3 Organizace a infrastruktura cestovního ruchu**

#### **5.3.1 Silné stránky**

- Výborná dopravní dostupnost
- Vysoká úroveň ubytovacích a stravovacích zařízení ve městě
- Dobře fungující informační centra
- Rozvoj oblasti kongresové turistiky
- Hustá síť městské hromadné dopravy
- Jednotný vizuální styl pro prezentaci cestovního ruchu
- Dobře fungující oddělení cestovního ruchu na magistrátu Olomouce
- Dobrá spolupráce mezi sdruženími a městem
- Prezentace na veletrzích a výstavách cestovního ruchu
- Kvalitní prezentace města na internetu -10 jazykových verzí webových stránek města
- Aktualizace textů v bedekrech příšicích o cestovním ruchu ve světě

#### **5.3.2 Slabé stránky**

- Chybějící letecké spojení do Olomouce
- Nevyvážená struktura ubytovacích zařízení (chybí kvalitní ubytování pro mladé lidi a rodiny)
- Chybí koordinace kongresové turistiky ve městě
- Nekompletní informační a navigační systém ve městě (značení turistických cílů, chybějící informační boxy)
- Nedostatečná kapacita parkovacích míst

- Omezená nabídka služeb zejména po 18 hodině ve městě a s tím související vylidnění centra města
- Vylidnění města o sobotách a nedělích
- Absence zeleně v centru města
- Absence cizojazyčných informací o MHD
- Nedostatečná spolupráce veřejné sektoru se soukromým sektorem

### **5.3.3 Příležitosti**

- Zlepšení koordinace kongresové turistiky ve městě
- Vybudování regionálního informačního centra
- Vybudování nových parkovacích míst
- Posílení propagace regionální gastronomie
- Využití potenciálu partnerských měst
- Rozvoj nových komunikačních technologií, role e-marketingu
- Rostoucí skupina turistů „aktivních turistů“
- Vytvoření městských prohlídkových tras
- Podpora delšího pobytu nakupujících ve městě
- Rozšíření nabídky alternativních programů při nepřízní počasí

### **5.3.4 Ohrožení**

- Nezájem cestovních agentur o region
- Nedostatečná rychlost budování infrastruktur a dopravního vybavení
- Nedostatečná rychlost rozvoje turistických produktů

- Podcenění cestovního ruchu jako oblasti, která může do města přilákat do města další investice a finance
- Náročnost procesů vedoucích k získání finančních prostředků z vnějších zdrojů

## 5.4 Doporučení

Město Olomouc má skvělé předpoklady a dobrý potenciál k rozvoji cestovního ruchu. Na základě provedené SWOT analýzy by město mělo provést následující kroky, které mohou přispět ke zvýšení počtu návštěvníků cestovního ruchu ve městě Olomouc.

Ve města je poměrně málo příležitostí k trávení volného času, tudíž je určitě zapotřebí vybudovat nové volnočasové atraktivit, které přispějí k tomu, že lidé začnou více trávit svůj volný čas uvnitř města a nebudou vyjíždět mimo město. Jednou z možných atraktivit by mohlo být širší využití potenciálu nábřeží řeky Moravy pro trávení volného času obyvatel i rekreaci návštěvníků

Díky zvětšujícímu se zájmu turistů o aktivní cestovní ruch, by město mohlo vytvořit další cyklostezky a cyklotrasy a reagovat tak na jeden z vývojových trendů v cestovním ruchu. Radnice města také poměrně málo investuje do údržby a obnovy kulturních a historických památek, což by se jí mohlo v budoucnu vymstít, kdy by některé významné památky díky tomu mohly být úplně zavřeny a pro mnoho turistů by mohlo ztratit požadující atraktivitu. Na druhou stranu se očekává, že po církevních restitucích by se o památky měla začít starat i církve, což bude mít určitě pozitivní vliv na návštěvnost samotného města.

Výstava květin Flora Olomouc v současnosti ztrácí svou dlouho získávanou prestiž a pro město Olomouc to může být poměrně velký problém s další návštěvností města. Radnice by se naopak měla všemožně snažit, aby tato proslulá výstava se ještě více rozrostla do nadnárodního významu, který by přilákal do města i více zahraničních turistů.

Dalším významným vývojovým trendem v cestovním ruchu, který může být pro město Olomouc klíčový, je kongresový cestovní ruch. Díky několika významným kongresovým budovám ve městě, které samy dokážou přilákat do svých prostor významné kongresy, je město připraveno naplno využít tyto možnosti. Samozřejmě je důležité, aby radnice města

spolupracovala s kongresovými centry a přispěla k tomu, že ve městě budou pořádány větší a významnější kongresy.

Dále se město musí zaměřit na vybudování nových parkovacích míst, které by zlepšily situaci parkování ve středu města. Region Haná, ve kterém je město Olomouc situována, je známá svou neobvyklou gastronomií. Tato gastronomie by mohla přitáhnout do města další turisty, avšak je zapotřebí tuto přednost nějak zviditelnit a upozornit na ni. Tento fakt nemůže ovlivnit samo město, ale musí na propagaci a zviditelnění spolupracovat s poskytovateli těchto služeb. V poslední době je ve městě sledován trend, že přijíždí stále více zahraničních turistů z Ruska. Bylo by tak vhodné nějakým způsobem těmto turistům zpříjemnit jejich pobyt (knižní průvodce v ruském jazyce apod.) a ti poté mohou dalším ruským turistům doporučit návštěvu města Olomouc.

## 6 ZÁVĚR

Cestovní ruch je v dnešní době vnímán jako jedno z nejvíce růstových odvětví lidské činnosti. Cestovní ruch vždy byl a vždy bude důležitým prvkem v lidském životě, jelikož lidé neustále chtějí poznávat nové krajiny, nepoznané kultury a neobyčejné lidi, se kterými se jinde nesetkají. Cestovní ruch má do budoucna potenciál stát se ještě významnějším než je tomu v současnosti, jelikož lidé si budou stále více uvědomovat, že oddych od jejich každodenních problémů, který jim právě cestovní ruch dokáže zajistit, je pro ně opravdu hodně důležitý.

Cílem bakalářské práce bylo analyzovat možnosti cestovního ruchu ve městě Olomouc. Bakalářská práce byla rozdělena do tří základních oddílů, kdy každý obsahoval určitou podstatnou část na dané téma bakalářské práce a dohromady tyto oddíly vytvořily komplexní analýzu možností a rozvoje cestovního ruchu v Olomouci.

První oddíl práce se zaměřil na obecné popsání základní terminologie a problematiky cestovního ruchu, kdy důraz byl především kladen na popsání druhů a zamyšlení se nad tím, jaké nové trendy mohou ovlivnit vývoj cestovního ruchu do budoucna. Dále bylo také popsáno, jaké je rozdělení turistických oblastí v České republice a bylo to ukázáno na zařazení zkoumaného města Olomouc.

Druhý oddíl byl rozdělen na dvě základní části. První část tvořil především popis města Olomouc z nejrůznějších hledisek. V první řadě byly popsány přírodní podmínky ve městě, poté veškeré antropogenní podmínky, jako např. úroveň dopravy, historie či možnosti ubytování ve městě. Druhou částí tohoto oddílu byla analýza nabídky cestovního ruchu v Olomouci. V této části byly popsány nejvýznamnější přírodní turistické cíle a také kulturní a historické cíle, které jsou nejvíce vyhledávané turisty. Byly také zmapovány nejvýznamnější kulturní a společenské akce, které jsou během roku pořádány ve městě.

Na základě získaných informací z druhého oddílu práce byla vytvořena SWOT analýza, která popisuje oblasti v cestovním ruchu, ve kterých je město Olomouc na jednu stranu silné (výborná poloha, skvělá dopravní dostupnost či neobyčejná architektura) a na druhou stranu slabé (absence významné mezinárodní akce či nedostatečná parkovací kapacita u středu města). Také byly analyzovány příležitosti, ve kterých se město může rozvíjet a přitáhnout tak do města větší počet návštěvníků (revitalizace parků, nárůst kongresové

turistiky či vytvoření naučných stezek). Na druhou stranu byly nastíněny hrozby, které mohou přispět k tomu, že turisté ztratí zájem o město Olomouc jako o svůj oblíbený turistický cíl (malé investice do oprav památek či nedostatečná propagace města jako turistické destinace).

Práce autorku obohatila o nové poznatky z dané problematiky a také o nové zkušenosti s psaním bakalářské práce.

## Seznam použité literatury

### Knižní zdroje:

- [1] COOPER, Chris et al. *Tourism: principles and practice*. 4. vyd. Harlow: Prentice Hall: Financial Times, 2008. ISBN 978-0-273-71126-1.
- [2] DIBELKOVÁ, Irena. *Navštivte... Poutní místa na Moravě, ve Slezsku*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2005. ISBN 80-7033-875-X.
- [3] FRANCOVÁ, Eva. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003. Skripta. ISBN 80-244-0719-1.
- [4] FORET, Miroslav a Jana TURČÍNKOVÁ. *Cestovní ruch*. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 2005. ISBN 80-7157-838-X.
- [5] HESKOVÁ, Marie et al. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.
- [6] HRALA, Václav. *Geografie cestovního ruchu*. Vyd. 3. Praha: Oeconomica, 2005. ISBN 80-245-0858-3.
- [7] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-3247-3.
- [8] MÜLLER, Willibald. *Pověsti a události města Olomouce*. Olomouc: Poznání, 2012. 12 ISBN 978-80-87419-25-0.
- [9] NEJDL, Karel. *Management destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola hotelová, 2010. ISBN 978-80-87411-08-7.
- [10] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.
- [11] PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1014-5.



[12] RYGLOVÁ, Kateřina, BURIAN, Michal a VAJČNEROVÁ, Ida. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

[13] ŠTĚPÁNEK, Vít, KOPAČKA, Ludvík a ŠÍP, Jiří. *Geografie cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0172-9.

#### **Internetové zdroje:**

[14] ACADEMIA FILM OLOMOUC. In: Academia film Olomouc [online]. 2012 [cit. 2013-02-06]. Dostupné z: <http://www.afo.cz/>.

[15] BEERFEST OLOMOUC. In: Beerfest [online]. 2011 [cit. 2013-02-23]. Dostupné z: <http://www.pivnifestival.cz/>.

[16] CESTOVNÍ RUCH. In: Olomoucký kraj [online]. 2012 [cit. 2013-01-29]. Dostupné z: <http://www.kr-olomoucky.cz/cestovni-ruch-cl-1.html>.

[17] CZECH TOURISM. In: *Czech Tourism* [online]. 2009 [cit. 2013-02-16]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/>.

[18] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. In: Český statistický úřad [online]. 2006 [cit. 2013-03-16]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>.

[19] DIVADELNÍ FLORA. In: Divadelní Flora [online]. 2012 [cit. 2013-02-23]. Dostupné z: <http://www.divadelniflora.cz/2013/>.

[20] ODBOR VNĚJŠÍCH VZTAHŮ A INFORMACÍ. In: Statutární město Olomouc [online]. 2008 [cit. 2013-02-14]. Dostupné z: <http://www.olomouc.eu/magistrat/odbory-magistratu/odbor-vnejsich-vztahu-a-informaci/odbor>.

[21] OLOMOUC REGION CARD. In: Olomouc region card [online]. 2011 [cit. 2013-03-16]. Dostupné z: <http://www.olomoucregioncard.cz/>.

[22] OLOMOUC. In: Wikipedie - otevřená encyklopedie [online]. 2011 [cit. 2013-01-26]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Olomouc>.

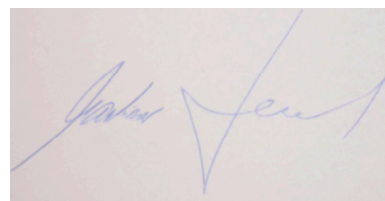
- [23] OLOMOUC.CZ. In: Olomouc.cz [online]. 2011 [cit. 2013-02-14]. Dostupné z: <http://olomouc.cz/>.
- [24] REGIONÁLNÍ INFORMAČNÍ SERVER. In: Historie Olomouce [online]. 2000 [cit. 2013-02-24]. Dostupné z: <http://www.olomouc.com/historie/>.
- [25] REGIONÁLNÍ INFORMAČNÍ SERVER. In: Katalog ubytovacích zařízení v olomouckém regionu [online]. 2000 [cit. 2013-02-24]. Dostupné z: <http://www.olomouc.com/ubytovani/>.
- [26] REGIONÁLNÍ INFORMAČNÍ SERVER. In: Regionální informační server [online]. 2000 [cit. 2013-02-27]. Dostupné z: <http://www.olomouc.com/>.
- [27] ROZVOJ MĚSTA. In: Statutární město Olomouc [online]. 2011 [cit. 2013-01-29]. Dostupné z: <http://www.olomouc.eu/podnikatel/podnikatelske-zony-a-rozvojove-projekty>.
- [28] STATUTÁRNÍ MĚSTO OLOMOUC: Oficiální informační portál. In: Program rozvoje cestovního ruchu [online]. 2008 [cit. 2013-01-29]. Dostupné z: [http://www.olomouc.eu/magistrat/odbory-magistratu/odbor-vnejsich-vztahu-a-informaci/odbor/article\\_id=7374](http://www.olomouc.eu/magistrat/odbory-magistratu/odbor-vnejsich-vztahu-a-informaci/odbor/article_id=7374).
- [29] VETERAN ARENA. In: Veteran Arena [online]. 2009 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <http://www.veteranarena.cz/cs/>.
- [30] VILA PRIMAVESI. In: Vila Primavesi [online]. 2008 [cit. 2013-02-06]. Dostupné z: <http://www.vilaprimavesi.cz/>.
- [31] VÝSTAVIŠTĚ FLORA OLOMOUC. In: [online]. 2010 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <http://www.flora-ol.cz/>.
- [32] ZOO OLOMOUC. In: ZOO Olomouc [online]. 2011 [cit. 2013-02-16]. Dostupné z: <http://www.zoo-olomouc.cz>.

## Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Uherském Hradišti dne 1.5.2013



.....  
jméno a příjmení studenta

## **Seznam obrázků**

Obrázek č. 3.1 Turistické regiony v ČR

Obrázek č. 4.1 Poloha města Olomouc v České republice

Obrázek č. 4.2 Parky v Olomouci (letecký pohled)

Obrázek č. 4.3 Hlavní budova Výstaviště Flora

Obrázek č. 4.4 Vchod do ZOO Olomouc na Svatém Kopečku

Obrázek č. 4.5 Vyhlídková věž v ZOO Olomouc

Obrázek č. 4.6 Sloup Nejsvětější Trojice

Obrázek č. 4.7 Katedrála svatého Václava

Obrázek č. 4.8 Největší varhany ve střední Evropě v kostele Sv. Mořice

Obrázek č. 4.9 Olomoucký orloj

Obrázek č. 4.10 Vila Primavesi

Obrázek č. 4.11 Bazilika Navštívení Panny Marie

Obrázek č. 4.12 Hlavní pavilon výstavy Flora Olomouc

Obrázek č. 4.13 Start 3. ročníku Olomouckého půlmaratonu

Obrázek č. 4.14 Vánoční trhy v Olomouci

Obrázek č. 4.15 Aquapark v Olomouci

## **Seznam tabulek**

Tabulka č. 4.1 Zhodnocení parametrů hromadné dopravy v Olomouci

Tabulka č. 4.2 Počet ubytovacích zařízení ve městě

Tabulka č. 4.3 Počet prodejů Olomouc region card v jednotlivých letech

Tabulka č. 4.4 Počet návštěvníků v ZOO Olomouc ve vybraných letech

Tabulka č. 4.5 Vývoj počtu návštěvníků, hostů a novinářů v posledních letech

Tabulka č. 4.6 Počet návštěvníků v posledních letech

Tabulka č. 4.7 Počet návštěvníků Flora Olomouc v posledních letech

Tabulka č. 4.8 Počet návštěvníků v Aquaparku od jeho založení

## **Seznam grafů**

Graf č. 4.1 Vývoj počtu návštěv na AFO

Graf č. 4.2 Počet konaných kongresů v Olomouckém kraji